

# EMPRENDIMIENTO

EN LA UNIVERSIDAD DE LA COSTA  
RESULTADOS PROYECTO GUESSS 2016



Jorge Isaac Moreno Gómez  
Alfredo Hugueth Alba  
Karen Peña Segura  
Angel Mejía Neira

Libro digital



CORPORACIÓN  
UNIVERSIDAD  
DE LA COSTA  
1970

VIGILADA MINEDUCACIÓN

# EMPRENDIMIENTO

EN LA UNIVERSIDAD DE LA COSTA

RESULTADOS PROYECTO GUESSS 2016

Emprendimiento en la universidad de la costa:  
resultados proyecto guesss 2016 /  
Jorge Isaac Moreno Gómez, Alfredo Hugueth Alba,  
Karen Peña Segura, Angel Mejía Neira. –  
Barranquilla: Educosta, 2017  
109 páginas  
ISBN: 978-958-8921-46-4 (Digital)  
ISBN: 978-958-8921-45-7 (Impreso)

1. Emprendimiento 2. Estructura organizacional  
3. Administración de empresas

658.11 E55

Co-BrCuC

# EMPRENDIMIENTO

EN LA UNIVERSIDAD DE LA COSTA  
RESULTADOS PROYECTO GUESSS 2016



Jorge Isaac Moreno Gómez  
Alfredo Hugueth Alba  
Karen Peña Segura  
Angel Mejia Neira

2017



# Emprendimiento en la Universidad de la Costa Resultados Proyecto GUESSS 2016

Autor: Jorge Isaac Moreno Gómez  
Alfredo Hugueth Alba  
Karen Peña Segura  
Angel Mejia Neira

CORPORACIÓN UNIVERSIDAD DE LA COSTA  
Barranquilla - Colombia - Sur América

ISBN (Digital): 978-958-8921-46-4  
ISBN (Impreso): 978-958-8921-45-7

Primera Edición  
Editorial Corporación Universidad de la Costa,  
EDUCOSTA  
Departamento de Gestión Editorial y Publicaciones  
Corporación Universidad de la Costa  
Calle 58 No. 55-66  
Teléfono: (575) 336 2272  
educosta@cuc.edu.co

Lauren J. Castro Bolaño  
Directora Departamento de  
Gestión Editorial y Publicaciones

Carolina Mercado Porras  
Auxiliar Departamento de  
Gestión Editorial y Publicaciones

Corrección de Estilo  
Diagramación  
Diseño de Portada:  
Dolores López

Hecho el depósito que exige la ley.

©Todos los derechos reservados, 2017

Esta obra es propiedad intelectual de sus autores y los derechos de publicación han sido legalmente transferidos al editor. Queda prohibida su reproducción parcial o total por cualquier medio sin permiso por escrito del propietario de los derechos del copyright®

## FUNDADORES

### CORPORACIÓN UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC

EDUARDO CRISSIÉN SAMPER  
RUBÉN MAURY PERTUZ (q.e.p.d)  
NULVIA BORRERO HERRERA  
MARÍA ARDILA DE MAURY  
RAMIRO MORENO NORIEGA  
RODRIGO NIEBLES DE LA CRUZ (q.e.p.d)  
MIGUEL ANTEQUERA STAND

## PERSONAL DIRECTIVO

### CORPORACIÓN UNIVERSIDAD DE LA COSTA CUC

TITO JOSÉ CRISSIÉN BORRERO Rector	CARMEN MEZA ESTRADA Departamento Arquitectura y Diseño
GLORIA CECILIA MORENO GÓMEZ Vicerrectora Académica	LIGIA ROMERO MARÍN Departamento de Derecho y Ciencias Políticas
HENRY MAURY ARDILA Vicerrector de Investigaciones	NOEL VARELA IZQUIERDO Departamento Gestión Industrial, Agroindustrial y Operaciones
JORGE MORENO GÓMEZ Vicerrector de Extensión	LISETTE HERNÁNDEZ FERNÁNDEZ Departamento de Gestión Organizacional
JAIME DÍAZ ARENAS Vicerrector Administrativo	ALICIA INCIARTE GONZÁLEZ Departamento de Humanidades
ROSMEY TURBAY MIRANDA Vicerrectora de Bienestar	MARÍA DEL MAR SÁNCHEZ Departamento de Psicología del Individuo
HERNANDO ANTEQUERA MANOTAS Vicerrector Financiero	MARINA MARTINEZ GONZÁLEZ Departamento de Psicología de las Interacciones Sociales
ALFREDO GÓMEZ VILLANUEVA Facultad de Arquitectura	JENNY ROMERO DE CUBA Departamento Economía, Contabilidad y Finanzas
JAVIER MORENO JUVINAO Facultad de Ciencias Económicas	JUAN CABELLO ERAS Departamento de Energía
JOSÉ LOZANO JIMENEZ Facultad de Ciencias Sociales y Humanas	EMIRO DE LA HOZ FRANCO Departamento de Ciencias de la Computación y Electrónica
ALFREDO PEÑA SALOM Facultad de Derecho	ALDEMAR DE MOYA CAMACHO Departamento de Ciencias Naturales y Exacta
FAIRUZ OSPINO VALDIRIS Facultad de Ingeniería	LUIS SILVA OLIVEIRA Departamento de Civil y Ambiental

# Contenido

<b>Presentación</b>	17
<b>Introducción</b>	21
Objetivos GUESSS	22
Marco teórico	23
Procedimiento de recolección de información	27
Participación internacional en el proyecto	29
<b>Capítulo 1</b>	
<b>Participantes y muestra</b>	31
Participantes	31
Características de la muestra	32
Edad	32
Género	32
Nacionalidad	33
Nivel de formación	33
Área de estudio	34
Resumen	35
<b>Capítulo 2</b>	
<b>Intenciones de emprendimiento de los estudiantes</b>	36
Intenciones de carrera	36
Intenciones de carrera después del grado como profesional	37
Intenciones de carrera pasados 5 años del grado	38
Intención de carrera por género	39
Aspectos generales de intención de carrera	40
Índice de intención de emprendimiento	41
Resumen	43

<b>Capítulo 3</b>	
<b>Contexto para el emprendimiento</b>	45
Contexto universitario para el emprendimiento	45
Contexto familiar para el emprendimiento	50
Contexto social para el emprendimiento	52
Competencias para el emprendimiento	54
Actitudes hacia la creación de empresas	55
Resumen	56
<b>Capítulo 4</b>	
<b>Emprendedores nacientes</b>	58
Aspectos generales del emprendedor naciente	60
Socios/Compañeros	63
Sector económico	65
Pasos para iniciar un emprendimiento	68
Motivaciones para crear empresa	69
Resumen	71
<b>Capítulo 5</b>	
<b>Emprendedores activos</b>	72
Aspectos generales del emprendedor activo	73
Socios/Compañeros	77
Sector económico	78
Desempeño de la empresa	81
Motivaciones para crear empresa	82
Resumen	84
<b>Capítulo 6</b>	
<b>Negocios familiares</b>	85
Características generales	85



Sector económico	88
Desempeño del negocio familiar	90
Actitudes para ser sucesor de la empresa familiar	91
Intención de ser sucesor	93
Resumen	94

## **Capítulo 7**

### **Comparación General Resultados CUC Colombia versus Resto de Colombia**

Intenciones de carrera	95
Índice de intención de emprendimiento	98
Contexto para el emprendimiento	99
Actividad empresarial	102
Consideraciones finales	104
Referencias	108

## **Listado de Figuras**

Figura 1.	Modelo conceptual de GUESSS	26
Figura 2.	Edad de los estudiantes participantes, GUESSS 2016	32
Figura 3.	Género de los estudiantes participantes, GUESSS 2016	33
Figura 4.	Nivel de formación de los estudiantes participantes, GUESSS 2016	34
Figura 5.	Área de estudio de los estudiantes participantes, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	34
Figura 6.	Intención de carrera después del grado como profesional, GUESSS 2016	37
Figura 7.	Intención de carrera cinco años después del grado como profesional, GUESSS 2016	38
Figura 8.	Intención de carrera por género y momento de grado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	39
Figura 9.	Intención de carrera por momento de grado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	40
Figura 10.	Intención de carrera por momento de grado, GUESSS 2016	41
Figura 11.	Índice de intención de emprendimiento, GUESSS 2016	42
Figura 12.	Atributos de índice de intención de emprendimiento, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	42
Figura 13.	Índice de intención de emprendimiento por área de estudio, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	43

Figura 14.	Calificación entorno universitario para el emprendimiento, GUESSS 2016	47
Figura 15.	Educación en emprendimiento, GUESSS 2016	48
Figura 16.	Calificación de la evaluación de aprendizaje sobre emprendimiento, GUESSS 2016	50
Figura 17.	Porcentaje de padres trabajando en empresa propia, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	51
Figura 18.	Porcentaje de padres trabajando en empresa propia e intención de carrera de los estudiantes pasados 5 años del grado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	52
Figura 19.	Evaluación contexto social para el emprendimiento, GUESSS 2016	54
Figura 20.	Evaluación competencias para el emprendimiento, GUESSS 2016	55
Figura 21.	Evaluación de las actitudes hacia la creación de empresas, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	56
Figura 22.	Porcentaje de emprendedores nacientes y activos, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	59
Figura 23.	Porcentaje de emprendedores nacientes, GUESSS 2016	60
Figura 24.	Porcentaje de emprendedores nacientes que quieren que su negocio propio sea su principal ocupación, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	61
Figura 25.	Porcentaje de emprendedores nacientes con antecedentes en la actividad de creación de empresas, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	61

Figura 26.	Porcentaje de emprendedores nacientes por área de estudio, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	62
Figura 27.	Tiempo (meses) en el que tienen pensado dar inicio a su propia empresa, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	63
Figura 28.	Porcentaje de cofundadores entre emprendedores nacientes, GUESSS 2016	64
Figura 29.	Sector económico donde operarán las empresas de los emprendedores nacientes, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	66
Figura 30.	Sector económico donde operarán las empresas de los emprendedores nacientes, GUESSS 2016	67
Figura 31.	Actividades llevadas a cabo para iniciar una empresa propia, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	68
Figura 32.	Actividades llevadas a cabo para iniciar una empresa propia, GUESSS 2016	69
Figura 33.	Motivaciones de los emprendedores nacientes para crear empresa, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	70
Figura 34.	Porcentaje de emprendedores activos, GUESSS 2016	73
Figura 35.	Porcentaje de emprendedores activos que quieren que su negocio propio sea su principal ocupación, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	74
Figura 36.	Porcentaje de emprendedores activos por área de estudio, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	74

Figura 37.	Año de fundación de las empresas de los emprendedores activos, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	75
Figura 38.	Porcentaje de empleados trabajando en la empresa a tiempo completo, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	76
Figura 39.	Porcentaje de participación en la propiedad del negocio, GUESSS 2016	77
Figura 40.	Porcentaje de cofundadores entre emprendedores activos, GUESSS 2016	78
Figura 41.	Sector económico donde operarán las empresas de los emprendedores nacientes, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	79
Figura 42.	Sector económico donde operarán las empresas de los emprendedores nacientes, GUESSS 2016	80
Figura 43.	Evaluación del desempeño de la empresa de los emprendedores activos en comparación con otras empresas del mercado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	81
Figura 44.	Motivaciones de los emprendedores activos para crear empresa, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	83
Figura 45.	Porcentaje de estudiantes que han trabajado en la empresa de sus padres y porcentaje de padres que manejan la empresa familiar, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	86
Figura 46.	Año de fundación de la empresa familiar, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	87
Figura 47.	Porcentaje de empleados trabajando en la empresa familiar a tiempo completo, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	88

Figura 48.	Porcentaje de participación de la familia en la propiedad del negocio, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	88
Figura 49.	Sector económico donde operarán las empresas familiares, GUESSS 2016	89
Figura 50.	Evaluación del desempeño de la empresa familiar en comparación con otras empresas del mercado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	91
Figura 51.	Evaluación de las actitudes para ser sucesor de la empresa familiar, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	92
Figura 52.	Grado de intención de ser sucesor, Universidad de la Costa, GUESSS 2016	94
Figura 53.	Intención de carrera después del grado como profesional, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	96
Figura 54.	Intención de carrera cinco años después del grado como profesional, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	97
Figura 55.	Intención de carrera por momento de grado, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	98
Figura 56.	Atributos de índice de intención de emprendimiento, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	99
Figura 57.	Índice de intención de emprendimiento, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	99
Figura 58.	Evaluación contexto social para el emprendimiento, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	100
Figura 59.	Calificación entorno universitario para el emprendimiento, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	101

Figura 60.	Porcentaje de padres trabajando en empresa propia, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	102
Figura 61.	Porcentaje de emprendedores nacientes y activos, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016	103

## Listado de Tablas

- Tabla 1. Listado de países, universidades y representantes participantes en el proyecto GUESSS 2016\_\_\_\_\_27-29
- Tabla 2. Listado universidades Colombianas participantes en el proyecto GUESSS 2016\_\_\_\_\_30
- Tabla 3. Atributos evaluados para estudiar el entorno para el emprendimiento, Universidad de la Costa, GUESSS 2016\_\_\_\_\_46
- Tabla 4. Atributos evaluados para estudiar las asignaturas cursadas en emprendimiento, Universidad de la Costa, GUESSS 2016\_\_\_\_\_49
- Tabla 5. Atributos evaluados para estudiar el entorno social para el emprendimiento, Universidad de la Costa, GUESSS 2016\_\_\_\_\_53



## Presentación

El año 2016 marcó un hito para el proyecto *Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey* (GUESSS), fue la séptima versión del mismo y el primer año en el cual se contó con la participación de 50 países, configurándose así como la edición donde se registró la mayor cantidad de países, universidades y estudiantes participantes. Dado esto, se evidencia el creciente interés que se ha suscitado en la academia por analizar las intenciones y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios a través de este proyecto.

Colombia no ha sido ajeno a este interés, para el 2016 el país se vinculó al proyecto por medio del trabajo colaborativo de nueve (9) instituciones de educación superior de todo el territorio nacional, entre éstas se encontraba la Universidad de la Costa. El informe de los resultados derivados del proyecto GUESSS Colombia para este año fue elaborado por la Universidad EAFIT (Alvarez, Martins, & Lopez, 2016). No obstante, cada institución participante puede trabajar con los resultados puntuales de su encuesta y así redactar un informe donde se presenten los principales hallazgos del proyecto. Específicamente, la Universidad de la Costa (Barranquilla-Colombia) trabajó en el documento que se presenta a continuación, en éste se analizaron las intenciones de emprendimiento de sus estudiantes, la actividad emprendedora de empresarios nacientes y activos, el contexto para el emprendimiento y los negocios familiares de los participantes.

Luego de un trabajo de campo que duró aproximadamente dos meses, la Universidad de la Costa aportó a la muestra colombiana un total de 1.108 encuestas, las cuales se configuran como la población a estudiar en el presente documento. En esencia, los participantes del proyectos GUESSS 2016 en la Universidad de la Costa son jóvenes (menores de 24 años) estudiantes de pregrado en las campos de ingeniería, arquitectura, administración, derecho y economía.

Los resultados del proyecto muestran que los estudiantes de la Universidad de la Costa tienen pocas intenciones de convertirse en emprendedores una vez hayan culminado sus estudios, en su mayoría, ellos se inclinan por ser empleados de una empresa privada, una entidad pública o una organización sin ánimo de lucro. Esta situación cambia al momento de preguntarles por su intención de carrera cinco años después de su grado, para ésta, la mayoría de estudiantes se vislumbra como emprendedores mientras que un porcentaje menor se visualiza como un empleado.

Uno de los indicadores clave del proyecto GUESSS es el índice de intención de emprendimiento, el cual se refiere a la determinación o pretensión que tienen los estudiantes universitarios en acometer las actividades necesarias para crear su propia empresa. Los resultados obtenidos para la Universidad de la Costa muestran que el índice de intención de emprendimiento de sus estudiantes se situó en el 6.1, en una escala de uno (1) a siete (7); mientras que a nivel nacional e internacional, éste alcanzó cifras de 5.71 y 4.19 respectivamente, evidenciándose así la fuerte intención de iniciar un negocio propio de los estudiantes de la Universidad de la Costa.

Por otra parte, se destaca que de acuerdo con los hallazgos del proyecto, los estudiantes de la Universidad de la Costa tienen pocas intenciones de convertirse en los sucesores de sus padres en el negocio familiar, toda vez que los atributos evaluados para determinar la intención de ser sucesores fueron calificados por debajo de tres (3), situación similar se presenta a nivel nacional.

Por otro lado, al analizar el contexto para el emprendimiento a nivel familiar, social y universitario, se observa como de acuerdo con la percepción de los estudiantes de la Universidad de la Costa éstos exhiben las condiciones necesarias para influir de manera positiva en la decisión de acometer las actividades respectivas para dar inicio a su propia empresa; es decir, cada uno de estos contextos muestran ambientes favorables y que coadyuvan o incentivan a los estudiantes para convertirse en emprendedores.

En relación con los emprendedores nacientes y activos identificados en la Universidad de la Costa, se muestra que del total de encuestados en la institución, la mayoría de éstos (41 %) asevera que al momento del diligenciamiento del cuestionario estaban realizando las actividades pertinentes para dar inicio a un negocio propio (emprendedores nacientes). Mientras que un porcentaje menor (22 %) manifestó que al momento del diligenciamiento del cuestionario se encontraba administrando su propia empresa (emprendedores activos). Cabe subrayar que los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa no vislumbran establecer su propia empresa en el corto plazo, éstos tienen pensado dar inicio a sus operaciones dentro los próximos diecinueve (19) meses en adelante.

Finalmente, la Universidad de la Costa pone a disposición del público general el presente documento con el objetivo que sea de utilidad para los diferentes actores tanto públicos como privados que tengan interés por estudiar el tema, sean encargados de diseñar o evaluar las políticas públicas enfocadas al emprendimiento o sean organismos de apoyo para la creación de empresas, entre otros.

## Introducción

El *Global University Entrepreneurial Spirit Students Survey (GUESSS)* surgió en el año 2003 como un proyecto de investigación liderado por el *Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship* de la Universidad de *St. Gallen*, con el objetivo de estudiar la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios alrededor del mundo. Desde ese año, los procesos de recolección de información se han realizado cada dos años y el proyecto GUESSS ha sido replicado en varios países; para el año 2013 la muestra alcanzó los 109.026 estudiantes provenientes de 34 países.

Este es el primer año en el cual Colombia se vincula al proyecto GUESSS, y lo hace a través de la coordinación de la Universidad EAFIT y la participación de las universidades ICESI, EAN, UPB, Universidad de la Costa, Universidad de la Salle, Universidad de Medellín, Instituto Tecnológico Metropolitano y Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid; entre éstas se realizaron un total de 3.828 encuestas. Cabe resaltar que la Universidad de la Costa es la única universidad participante de la Región Caribe Colombiana.

Finalmente, cabe destacar que además de los objetivos planteados por el proyecto GUESSS Global la Universidad de la Costa por medio del presente informe busca comparar los resultados evidenciados en términos de intención y actividad emprendedora y otras variables relevantes de sus estudiantes con los observados para las demás universidades colombianas, incluso con los identificados a nivel internacional.

## Objetivos GUESSS

De acuerdo con lo anterior, el principal objetivo del proyecto GUESSS es documentar y estudiar la intención y actividad emprendedora de los estudiantes universitarios alrededor del mundo.

El proyecto se centra en tres objetivos específicos:

- Realizar un monitoreo sistemático y perdurable de las intenciones y la actividad emprendedora de los estudiantes universitarios.
- Identificar los antecedentes y las condiciones limitantes para la actividad emprendedora y la creación de empresas.
- Observar y evaluar las actividades o acciones realizadas por las universidades en relación con la educación en emprendimiento que están ofreciéndole a sus estudiantes.

Adicionalmente, el proyecto GUESSS ofrece a los diferentes entes o partes interesadas en el proyecto el siguiente valor agregado:

- A los países participantes:
  - Generar conocimiento relacionado con la capacidad emprendedora de sus estudiantes universitarios.
  - Identificar aspectos clave relacionados con las condiciones básicas existentes para el emprendimiento.
- A las universidades participantes:

- Evaluar la calidad y cantidad de actividades, servicios o educación ofrecida en temas de emprendimiento.
- A las políticas públicas:
  - Crear conciencia sobre la importancia del emprendimiento y la creación de empresas, así como la identificación de puntos de mejora.
- A los estudiantes:
  - Se benefician de la implementación de las respectivas acciones de mejora a largo plazo.

A la fecha, posiblemente, GUESSS se configura como el proyecto de investigación en temas de emprendimiento más grande del mundo. El propósito del proyecto GUESSS es continuar expandiéndose con la idea de generar un impacto aún mayor tanto en la investigación como en la práctica.

## Marco teórico

El fundamento teórico del proyecto GUESSS se enmarca en la Teoría del Comportamiento Planificado de Ajzen (1991; 2002) y Fishbein y Azjen (1975). De acuerdo con la Teoría del Comportamiento planificado, el principal predictor de comportamiento es la intención. Este marco teórico está diseñado para predecir el comportamiento planificado que no está bajo completo control, como la creación de empresas: por ejemplo, la capacidad de un individuo para iniciar una nueva empresa a menudo depende de factores externos (Autio et al., 2001).

La teoría del Comportamiento Planificado no sólo predice el comportamiento, sino también lo explica a través de las actitudes, habilidades y valores de los individuos. El modelo de intención emprendedora (Ajzen, 1991, 2002) ha sido probado empíricamente para explicar efectivamente tanto las intenciones empresariales como el comportamiento (Kautonen et al., 2015).

Para dar respuesta al predictor de la intención, la encuesta indaga la intención emprendedora preguntando a los estudiantes sobre sus actitudes de carrera directamente después de la graduación y cinco años después de la ella. Además, se hace hincapié en la investigación del modo de entrada a la actividad emprendedora, fundación empresa o como sucesor de sus padres. Cuanto más fuerte sea la intención, mayor será la probabilidad de realizar desarrollar el comportamiento.

El segundo predictor de comportamiento percibido es el control de comportamiento que denota la facilidad o dificultad percibida de realizar el comportamiento. El cuestionario recoge información acerca de la capacidad percibida para realizar actividades empresariales específicas y su confianza general en tener éxito para ser un empresario. Cuanto mayor sea la confianza en el dominio de una actividad, mayor será la probabilidad de perseverar a pesar de los impedimentos externos.

De acuerdo con esta teoría, la probabilidad que un individuo actúe o se comporte de cierta forma dependerá de la intención de este individuo a comprometerse con dicho comportamiento. A su vez, las intenciones, se configuran a partir de tres (3) tipos de creencias (Fishbein & Azjen, 1975); Bagozzi, Baumgartner & Yi, 1989):

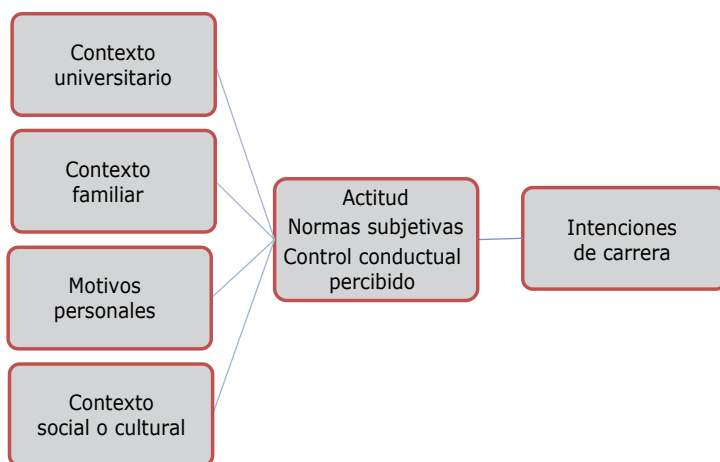


- Hace referencia a las actitudes de los individuos con respecto al resultado de su propio comportamiento (Armitage & Conner, 2001). Para medir las actitudes, la encuesta pregunta sobre los resultados esperados y los riesgos vinculados a las actividades empresariales.
- Habla de la aceptación de los resultados de acuerdo con las normas sociales del grupo de referencia (Iglesias Sanchez et al., 2016). Los encuestados proporcionan información sobre sus percepciones sobre la aprobación de la actividad empresarial por referentes importantes y sobre los valores culturales de su comunidad.
- Se refiere a que la percepción que tenga el individuo sobre el comportamiento lo conducirá posiblemente al resultado deseado (Armitage & Conner, 2001; Krueger, Reilly & Carsrud, 2000).

La suma de estos tres tipos de creencias, dan forma a las intenciones de un individuo para comprometerse con un comportamiento. Del mismo modo, al juntar estas intenciones con una oportunidad en el contexto adecuado, dará como resultado que el individuo exhiba su comportamiento particular (Ajzen, 2002).

El proyecto GUESSS se enfoca en los planes de vida profesional o intenciones de carrera que tienen los estudiantes, con un interés específico en sus intenciones de acometer acciones enfocadas al emprendimiento. Basado en el modelo del comportamiento planificado, GUESSS indaga acerca de cuatro factores que determinan las intenciones de emprender que tiene una persona, a saber: contexto universitario, contexto familiar,

motivaciones personales y contexto social o cultural (Sieger, Fueglistaller & Zellenger, 2011).



**Figura 1.** *Modelo conceptual de GUESSS*

Fuente: The theoretical framework of GUESSS 2013/2014  
(Sieger, Fueglistaller, & Zellweger, 2014)

## **Procedimiento de recolección de información**

Los datos e información de GUESSS son recolectados a través de un cuestionario digital enviado vía correo electrónico a los estudiantes participantes en cada país o universidad donde ha sido desarrollado el proyecto. Dicho cuestionario es diseñado y administrado por el KMU-HSG de la Universidad de St. Gallen en Suiza. Un representante de cada universidad realiza la gestión para el desarrollo del trabajo de campo, incluyendo el envío de la información de contacto de los estudiantes participantes a las oficinas del KMU-HSG. De igual

forma, esta persona es la encargada de monitorear el avance del proyecto, brindar incentivos a los estudiantes para que diligencien el cuestionario y preparar el informe de resultados de la institución que representa, entre otras tareas. El reporte global es redactado en las oficinas del KMU-HSG.

## Participación internacional en el proyecto

En la tabla 1 se exhiben los cincuenta (50) países participantes en el proyecto GUESSS durante el año 2016, incluyendo el número de universidades que hacen parte del proyecto y la cantidad de cuestionarios diligenciados en cada una de éstas.

**Tabla 1**  
*Listado de países, universidades y representantes participantes en el proyecto GUESSS 2016*

	Países	Número de Universidades	Cuestionarios diligenciados	Participación entre el número de cuestionarios diligenciados
1	Albania/ Kosovo (ALB)	6	70	0.1%
2	Argentina (ARG)	45	2,625	2.1%
3	Australia (AUS)	18	2,359	1.9%
4	Austria (AUT)	51	3,755	3.1%
5	Bélgica (BEL)	16	716	0.6%
6	Bielorrusia (BLR)	6	771	0.6%
7	Brasil (BRA)	83	7,417	6.1%

Sigue...

Cont...

8	Canadá (CAN)	2	297	0.2%
9	Chile (CHI)	32	6,077	5.0%
10	China (CHN)	97	3,274	2.7%
11	Colombia (COL)	13	3,832	3.1%
12	Croacia (CRO)	26	1,555	1.3%
13	Republica Checa (CZE)	10	1,135	0.9%
14	Ecuador (ECU)	5	8,211	6.7%
15	El Salvador (ESA)	14	4,653	3.8%
16	Inglaterra (ENG)	16	1,074	0.9%
17	Estonia (EST)	25	811	0.7%
18	Finlandia (FIN)	16	532	0.4%
19	France (FRA)	16	714	0.6%
20	Alemania (GER)	50	15,984	13.0%
21	Grecia (GRE)	12	649	0.5%
22	Hungría (HUN)	23	5,182	4.2%
23	India (IND)	11	37	0.0%
24	Irlanda (IRL)	17	807	0.7%
25	Italia (ITA)	39	4,446	3.6%
26	Japón (JAP)	25	1,490	1.2%
27	Kazajstán (KAZ)	22	253	0.2%
28	Corea (COR)	52	2,603	2.1%
29	Liechtenstein (LIE)	2	159	0.1%

Sigue...

Cont...

30	Lituania (LTU)	36	426	0.3%
31	Luxemburgo (LUX)	5	82	0.1%
32	Malasia (MAL)	3	124	0.1%
33	Macedonia (MAC)	20	137	0.1%
34	México (MEX)	4	1,207	1.0%
35	Marruecos (MAR)	11	2,044	1.7%
36	Noruega (NOR)	4	41	0.0%
37	Pakistán (PAK)	12	580	0.5%
38	Panamá (PAN)	5	3,273	2.7%
39	Perú (PER)	12	1,297	1.1%
40	Polonia (POL)	58	6,388	5.2%
41	Portugal (POR)	11	4,685	3.8%
42	Rusia (RUS)	34	4,152	3.4%
43	Eslovaquia (SVK)	17	3,266	2.7%
44	Eslovenia (SLO)	5	575	0.5%
45	España (ESP)	19	7,373	6.0%
46	Suecia (SWE)	10	606	0.5%
47	Suiza (SUI)	40	2,943	2.4%
48	Ucrania (UKR)	4	73	0.1%
49	Uruguay (URY)	7	1,396	1.1%
50	Estados Unidos (USA)	15	353	0.3%
<b>Total</b>		<b>1,082</b>	<b>122,509</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Sieger, Fueglistaller, & Zellweger 2016

Por su parte, la tabla 2 nos permite observar la información relacionada con la muestra participante en Colombia. Se refleja cómo la Universidad de la Costa fue la institución que mayor número de cuestionarios diligenciados aportó a la muestra colombiana, representando así el 28.9% del total de encuestados en el país.

**Tabla 2**

*Listado universidades Colombianas participantes en el proyecto GUESSS 2016*

	<b>Institución - Universidad</b>	<b>Cuestionarios diligenciados</b>	<b>Participación entre el número de cuestionarios diligenciados</b>
1	Universidad de la Costa	1,108	28.9%
2	Universidad ICESI	675	17.6%
3	Universidad EAFIT	485	12.7%
4	Universidad Pontificia Bolivariana (UPB)	350	9.1%
5	Instituto Tecnológico Metropolitano (ITM)	339	8.9%
6	Universidad EAN	313	8.2%
7	Universidad de la Salle	202	5.3%
8	Universidad de Medellín	182	4.8%
9	Otra	89	2.3%
10	Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid	85	2.2%
	<b>Total General</b>	<b>3,828</b>	<b>100.0%</b>

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa

### **Participantes y muestra**

En la siguiente sección se realiza una breve caracterización de los estudiantes que diligenciaron el cuestionario en la Universidad de la Costa, y se establecieron comparaciones con las cifras nacionales e internacionales cuando se consideró pertinente.

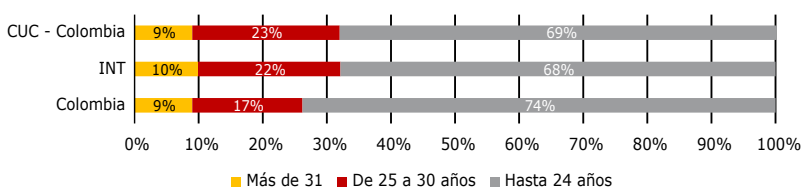
#### **Participantes**

El trabajo de recolección de información en la Universidad de la Costa fue realizado a partir de la colaboración de todos los docentes vinculados con la Universidad, estos extendieron la invitación realizada por el profesional responsable del proyecto GUESSS en la institución para que los estudiantes interesados en participar en el proyecto se dirigieran a las salas de cómputo establecidas y así diligenciaran el cuestionario electrónico diseñado. Esta actividad fue realizada en los meses de mayo y junio del año 2016, al finalizar el trabajo de campo, la Universidad de la Costa contó con la participación de 1.108 estudiantes.

## Características de la muestra

### Edad

A partir de la figura 2 se evidencia que la mayoría (69 %) de estudiantes que diligenciaron el cuestionario en la Universidad de la Costa (CUC) <sup>1</sup>son menores de 24 años, le siguen aquellos que tienen entre 25 y 30 años (23 %). Se observa que la distribución de la muestra por edades en la Universidad del Costa es similar a la exhibida a nivel nacional e internacional.



**Figura 2.** Edad de los estudiantes participantes, GUESSS 2016

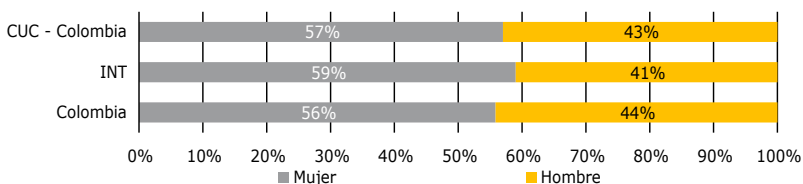
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

### Género

La distribución por género de la muestra participante en la Universidad de la Costa muestra que el 57 % de los encuestados son mujeres, mientras que el 43 % restante, son hombres. Análogamente a lo sucedido en el acápite de edad, los datos de género en la Universidad del Costa son similares a los exhibidos a nivel nacional e internacional.

<sup>1</sup> Para las figuras que se presentarán en el presente informe se entenderá que CUC - Colombia hace referencia a la Corporación Universidad del Costa, por sus siglas.





**Figura 3.** *Género de los estudiantes participantes, GUESSS 2016*

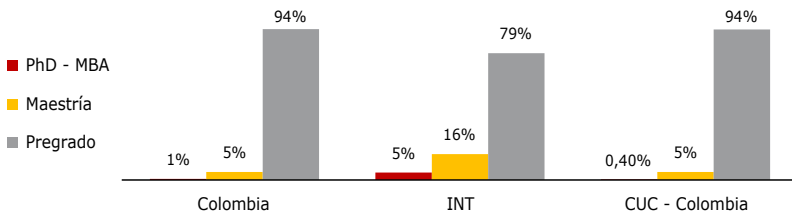
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

### *Nacionalidad*

La mayoría de los encuestados (97%) indican que son de nacionalidad colombiana, situación que va de la mano con el contexto del proyecto. Se observa que los participantes oriundos de los países de México, Venezuela y Perú agrupan casi al 1 % de la muestra.

### *Nivel de formación*

En relación con el nivel de formación de los estudiantes participantes en el proyecto, se exhibe que a nivel internacional la participación de los estudiantes de postgrado es más marcada en comparación con lo que se observa a nivel nacional y en la Universidad de la Costa. En estos dos, la participación de los estudiantes de pregrado alcanza a representar al 94 % de la muestra, mientras que los estudiantes de postgrado agrupan al 6 % de éstos; a nivel internacional los estudiantes de postgrado concentran al 21 % de los encuestados.

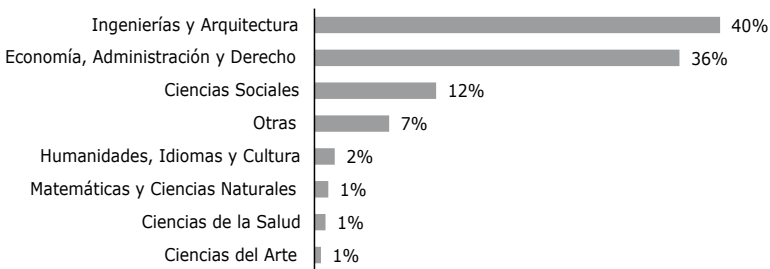


**Figura 4.** Nivel de formación de los estudiantes participantes, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

### Área de estudio

De acuerdo con la figura 5, la mayoría de personas encuestadas en la Universidad de la Costa se encuentran adelantando sus estudios universitarios en el campo de las ingenierías y arquitectura (40 %). Le siguen los estudiantes del área de economía, administración y derecho, y aquellos enfocados en el campo de las ciencias sociales, representando al 36 % y 12 % de los encuestados, respectivamente.



**Figura 5.** Área de estudio de los estudiantes participantes, Universidad de la Costa, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Resumen

Considerando lo observado en la caracterización de la muestra, se resalta el hecho que la población encuestada en la Universidad de la Costa es muy parecida o con un perfil similar a la analizada a nivel nacional. Básicamente, son estudiantes jóvenes, menores de 24 años de edad de nacionalidad colombiana (en nuestro caso), estudiantes de pregrado y en su mayoría enfocados en las áreas de ingeniería, arquitectura, administración, derecho y economía.

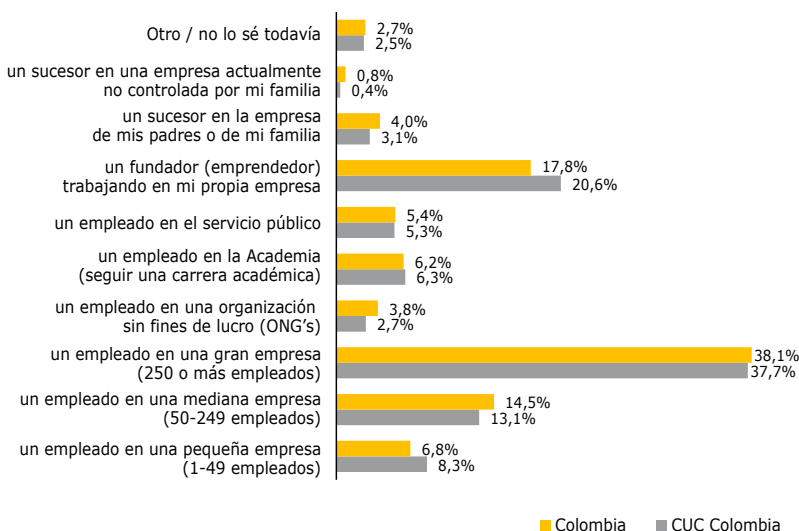
### **Intenciones de emprendimiento de los estudiantes**

Como se mencionó en el acápite de los objetivos, uno de los propósitos del GUESSS es determinar las intenciones de los estudiantes universitarios por acometer actividades para crear su propia empresa. Por lo anterior, la presente sección analiza los siguientes aspectos: intenciones de carrera, índice de intención de emprendimiento, nivel de motivación para convertirse en emprendedor, contexto para el emprendimiento, competencias para el emprendimiento y la tolerancia al riesgo.

#### **Intenciones de carrera**

En la siguiente sección se estudian las intenciones de carrera de los estudiantes participantes en el proyecto; entendiéndose como intenciones de carrera el plan que vislumbran los estudiantes con respecto al desarrollo de su carrera profesional. Se examinan las intenciones de carrera al momento del grado y pasados cinco (5) años de éste. Se establecerán comparaciones con las cifras nacionales e internacionales cuando se considere pertinente.

## Intenciones de carrera después del grado como profesional



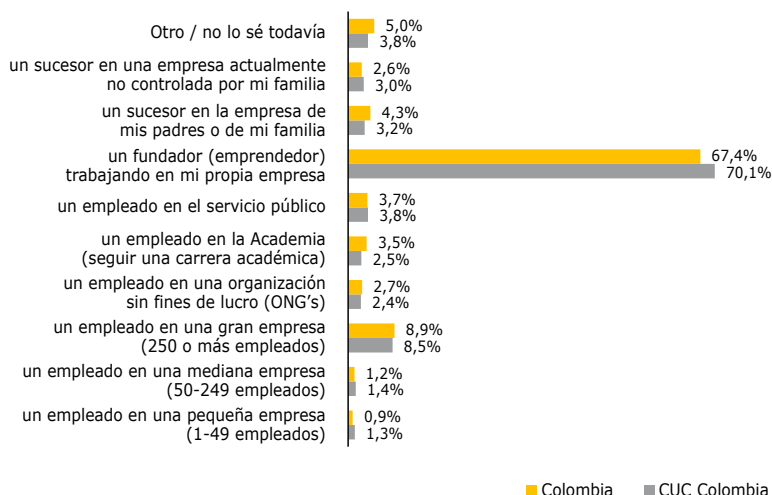
**Figura 6.** *Intención de carrera después del grado como profesional, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

En su mayoría, los estudiantes de la Universidad de la Costa aspiran a convertirse en empleados de una gran empresa una vez reciban su grado; éstos alcanzan un porcentaje del 37.7 con respecto a la muestra total. Por su parte, aquellos que tienen pensado acometer actividades de emprendimiento una vez reciban su grado, alcanzan a ser el 20.6 % de la muestra. Situación análoga se presenta en el contexto colombiano, donde el 38.1 % de los encuestados tienen el deseo de emplearse en una gran empresa y el 17.8 % está pensando en ser un emprendedor.

## Intenciones de carrera pasados 5 años del grado

Al analizar las intenciones de carrera cinco años después del grado, se observa cómo cambian estas intenciones en comparación con lo que los estudiantes vislumbran para su carrera al momento de grado. Se evidencia que, tanto a nivel nacional como para la Universidad de la Costa, los estudiantes que tienen deseo de ser emprendedores son un poco más del 65 %; resaltándose el hecho que los porcentajes de estudiantes que pretenden ser emprendedores<sup>2</sup> después de cinco años de su grado (67.4%, CUC; 70.1%, Nacional), casi que triplican a aquellos que tienen la misma intención al momento del grado (17.8%, CUC; 20.6%, Nacional).



**Figura 7.** *Intención de carrera cinco años después del grado como profesional, GUESSS 2016*

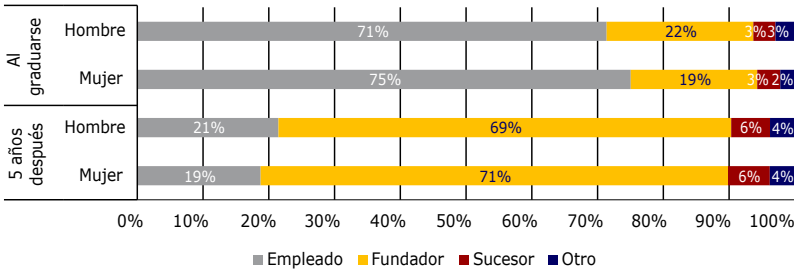
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

2 De acuerdo con la metodología GUESSS, fundador y emprendedor resultan ser sinónimos.

### Intención de carrera por género

En la figura 8 se evidencia que, al momento del grado, un alto porcentaje tanto de hombres como de mujeres están dispuestos a trabajar como empleados. Puntualmente, se refleja como el porcentaje de mujeres que están dispuestas a buscar empleo (75%) es mayor al porcentaje de hombres que también se inclina por esa opción (71 %). Mientras que el porcentaje hombres que al momento del grado se vislumbran como emprendedores (22%) es mayor al porcentaje de mujeres que tiene esta misma idea (19%).

En relación con las intenciones cinco años después del grado, se observa claramente que las mujeres aventajan a los hombres al momento de decidir por convertirse en fundadores de su propia empresa (figura 8).

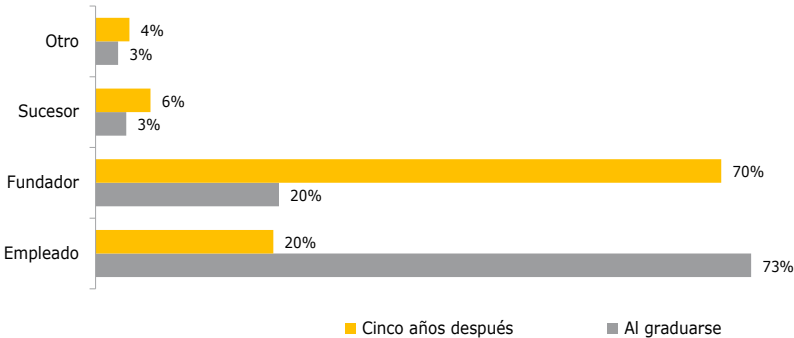


**Figura 8.** *Intención de carrera por género y momento de grado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

### Aspectos generales de intención de carrera

En concordancia con lo exhibido anteriormente, la figura 9 nos muestra que el 73% de los estudiantes de la Universidad de la Costa espera entrar al mercado laboral como empleado una vez obtenido su título de grado, en este momento, el 20% desea crear su propia empresa y tan sólo el 3% cree que será sucesor en una empresa familiar. Estos resultados se revierten al analizar las expectativas de los estudiantes cinco años después del grado, en este punto, el 70% de los participantes en el proyecto pretenden ser emprendedores, el 20% desea emplearse en alguna empresa y el 6% afirma que será sucesor en un negocio familiar.



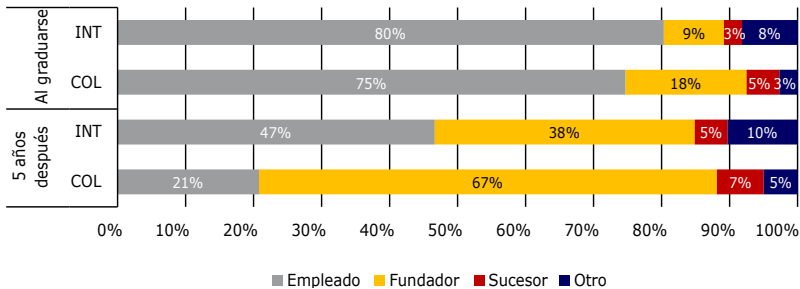
**Figura 9.** *Intención de carrera por momento de grado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

En el plano nacional se presenta un contexto similar al estudiado para la Universidad de la Costa, al momento del grado, la mayoría de participantes desean ser empleados (75%); mientras que cinco años después del grado, la mayoría espera convertirse en emprendedor (67%). A nivel internacional se exhibe



que el porcentaje de estudiantes que quieren realizar actividades para crear su propia empresa es bajo tanto al momento de graduarse como a los cinco años después del grado, esto, si se compara con las cifras registradas en Colombia y en la Universidad de la Costa (Ver figura 10).



**Figura 10.** *Intención de carrera por momento de grado, GUESSS 2016*

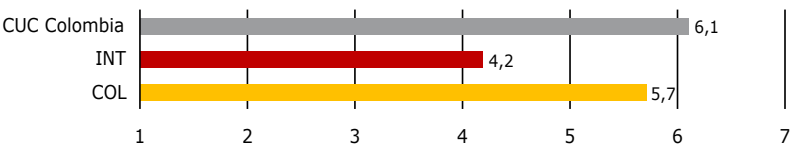
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Índice de intención de emprendimiento

La metodología del proyecto GUESSS realiza el cálculo del índice de intención de emprendimiento al determinar la pretensión que tienen los estudiantes en iniciar su propia empresa en el futuro. El índice es un promedio de seis atributos que son calificados por los estudiantes en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo).

El índice de intención de emprendimiento para la Universidad de la Costa se sitúa en 6.1, un valor superior al exhibido a nivel nacional (5.7) y al observado a nivel internacional (4.1). Este resultado va de la mano con lo evidenciando en el acápite de intención de ca-

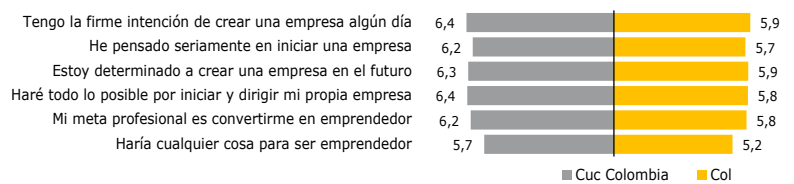
rrera por momento de grado y deja entrever que a nivel internacional los estudiantes no perciben el emprendimiento como una opción de carrera.



**Figura 11.** Índice de intención de emprendimiento, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

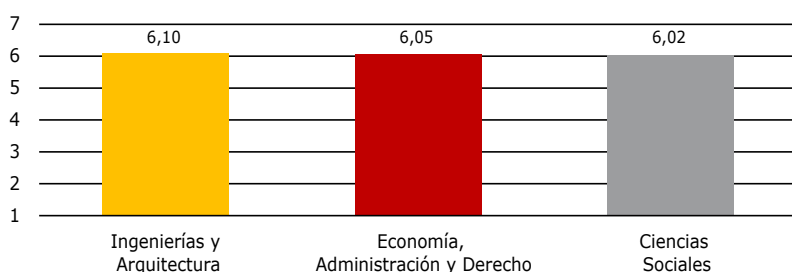
Al analizar los atributos evaluados para calcular el índice de intención en emprendimiento, se evidencia que los estudiantes de la Universidad de la Costa calificaron la mayoría de atributos con una puntuación superior a 6. Los atributos de “tengo la firme intención de crear una empresa algún día” y “haré todo lo posible para iniciar y dirigir mi propia empresa” fueron los mejor calificados, con un valor de 6.4, mientras que la puntuación del atributo “haría cualquier cosa para ser emprendedor” fue la menor (5.7); en cualquier caso, todas las valoraciones de la Universidad de la Costa son superiores a las registradas a nivel nacional.



**Figura 12.** Atributos de índice de intención de emprendimiento, Universidad del Costa, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Teniendo en consideración que las áreas de ingeniería y arquitectura; economía, administración y derecho; y ciencias sociales, agrupan al 88% de los estudiantes de la Universidad de la Costa participantes en el proyecto, se evaluó el índice de intención en emprendimiento para estas áreas, mostrándose que las tres obtuvieron calificaciones superiores a 6, siendo los estudiantes de ingeniería y arquitectura los que mayor intención de emprender tienen (6.10), le siguen los alumnos de economía, administración y derecho, y finalmente los de ciencias sociales (6.05 y 6.02, respectivamente).



**Figura 13.** *Índice de intención de emprendimiento por área de estudio, Universidad del Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa

## Resumen

Al estudiar las intenciones de carrera inmediatamente después del grado de los estudiantes de la Universidad de la Costa, se observa una clara preferencia por convertirse en empleados una vez hayan culminado éstos, situación que se revierte con el paso de los años ya que al analizar las intenciones de carrera cinco años después del grado, la mayoría de estudiantes prefieren

convertirse en emprendedores. Es decir, que en los primeros años de la vida profesional los estudiantes de la Universidad de la Costa desean adquirir experiencia laboral como empleados de una empresa y pasados unos años se vislumbra como creadores de una. Por otro lado, resulta interesante observar como el índice de intención de emprendimiento en la Universidad de la Costa es superior al registrado a nivel nacional e internacional, mostrando así la determinación que tienen los estudiantes de la Universidad de la Costa por crear su propia empresa.

### Contexto para el emprendimiento

En la literatura académica relacionada con temas de emprendimiento, son muchos los estudios y autores que afirman que el contexto externo o entorno tienen un impacto en las intenciones de emprender de los individuos, debido a esto se evidencia un creciente interés por entenderlo. En la siguiente sección, nos centramos en analizar el contexto al que se enfrenta un estudiante de la Universidad de la Costa al momento de acometer sus actividades de emprendimiento, específicamente estudiamos el efecto del entorno universitario, familiar y social en las intenciones para la creación de empresas de los estudiantes, asimismo, analizamos las competencias de éstos para el emprendimiento y sus actitudes hacia la creación de empresas.

### Contexto universitario para el emprendimiento

De acuerdo con la metodología GUESSS, en la evaluación del contexto universitario para el emprendimiento se promedia la calificación obtenida en tres atributos valorados por los estudiantes en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo), dichos atributos se relacionan en la tabla 3.

Considerando lo anterior, la Universidad de la Costa muestra una calificación promedio de 5.3 en relación con la evaluación del contexto universitario para el emprendimiento. Evidenciándose así, que la Universidad cuenta con un entorno adecuado y que facilita las actividades de creación de empresas de sus estudiantes. La calificación del entorno se desglosa de la siguiente manera entre los atributos valorados; el ítem de “En mi Universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras” fue el mejor calificado, con una puntuación de 5.6, le siguen los atributos de “En mi Universidad, existe un clima favorable para convertirme en emprendedor” y “El entorno de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios”, con calificaciones de 5.4 y 5.2, en su orden.

**Tabla 3**

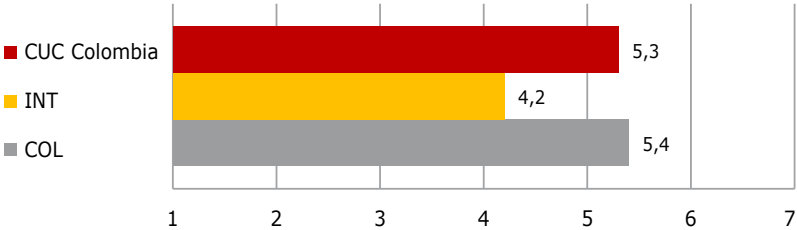
*Atributos evaluados para estudiar el entorno para el emprendimiento, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

	<b>Atributo</b>	<b>Media</b>
1	El entorno de mi Universidad me inspira a desarrollar ideas para nuevos negocios.	5.2
2	En mi Universidad, existe un clima favorable para convertirme en emprendedor.	5.4
3	En mi Universidad, los estudiantes son motivados para involucrarse en actividades emprendedoras.	5.6

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Al comparar la calificación en relación al entorno universitario para el emprendimiento obtenida por la Universidad del Costa con la exhibida a nivel nacional

e internacional, se observa que la calificación de Colombia sólo supera por un décimo (5.4) a la alcanzada por la Universidad del Costa (5.3) y que ambas se encuentran por encima de la registrada a nivel internacional (4.2). Nuevamente, se entrevé que tanto las intenciones para el emprendimiento como el contexto para el mismo es poco valorado por los estudiantes internacionales.



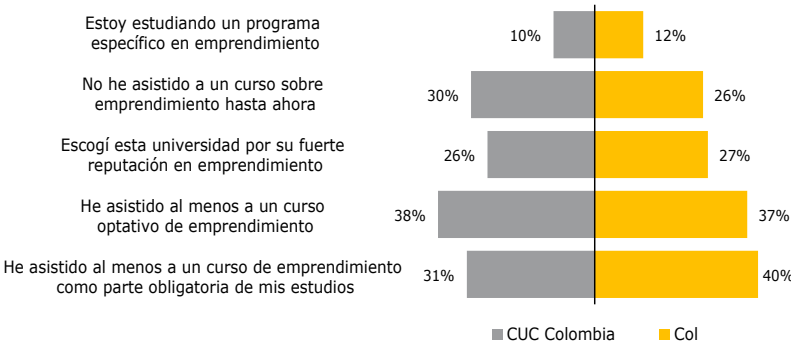
**Figura 14.** Calificación entorno universitario para el emprendimiento, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Al preguntarles a los estudiantes de la Universidad del Costa sobre las asignaturas que han cursado en temas emprendimiento, se evidencia que el 30 % de los encuestados afirmaron que hasta ese momento no habían asistido a un curso sobre dicho tema, cifra similar se presenta a nivel nacional donde el 26 % de los encuestados tampoco habían tomado asignaturas relacionadas. Estas cifras no guardan correspondencia con los valores tan elevados de intención de emprendimiento que se mostraron anteriormente, por lo que nos permiten inferir que un porcentaje alto de las empresas o negocios creados tanto a nivel nacional como a nivel de la Universidad del Costa se dan sin que los emprendedores hayan recibido educación formal en la

materia. Este escenario se acentúa al notar que tan sólo el 10% de los estudiantes de la Universidad de la Costa que participaron el proyecto afirmaron que estaban estudiando un programa específico en emprendimiento.

Por otro lado, se encuentran los estudiantes que sí han tomado cursos relacionados con temas de creación de empresas, bien sea obligatorios o asignaturas electivas. Estos representan el 38 y 31, por ciento, de los estudiantes encuestados, respectivamente.



**Figura 15.** Educación en emprendimiento, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Para entender un poco más la relación entre la educación en emprendimiento y la intención de creación de empresas de los estudiantes, se les preguntó a éstos sobre cinco atributos vinculados con el aprendizaje obtenido al asistir a cursos enfocados en el tema (tabla 4), ellos debían calificar cada atributo en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo).



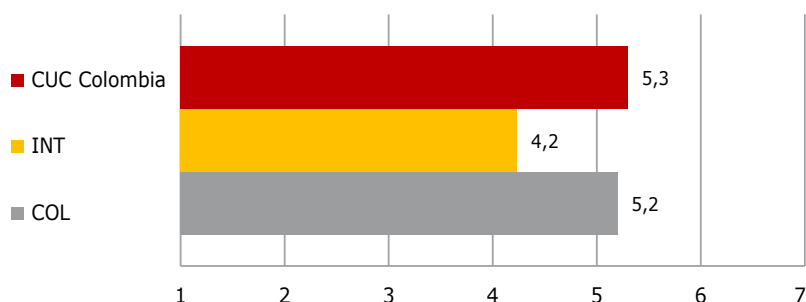
La Tabla 4 revela que el atributo de “aumentaron mi habilidad para identificar una oportunidad” fue el mejor calificado con un valor de 5.7, mientras que el atributo de “aumentaron mi habilidad para desarrollar redes” fue el peor calificado, con un valor de 5.1. Se resalta que el ítem de “aumentaron mis habilidades prácticas administrativas/de gestión para poder iniciar un negocio” obtuvo una calificación de 5.4.

**Tabla 4**  
*Atributos evaluados para estudiar las asignaturas cursadas en emprendimiento, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

	Atributo	Media
1	Los cursos y servicios a los que asistí aumentaron mi entendimiento de las actitudes, valores y motivaciones de los emprendedores.	5.5
2	... aumentaron mi entendimiento de las acciones que una persona tiene que llevar a cabo para iniciar un negocio.	5.5
3	... aumentaron mis habilidades prácticas administrativas/ de gestión para poder iniciar un negocio.	5.4
4	... aumentaron mi habilidad para desarrollar redes.	5.1
5	... aumentaron mi habilidad para identificar una oportunidad.	5.7

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

A partir de la figura 16 se evidencia que a nivel internacional los estudiantes calificaron con una nota ponderada de 4.2 a los atributos vinculados con el aprendizaje obtenido al asistir a cursos enfocados en el tema de emprendimiento, calificación que se encuentra por debajo de la exhibida a nivel nacional y en la Universidad del Costa (5.2 y 5.3, respectivamente).



**Figura 16.** *Calificación de la evaluación de aprendizaje sobre emprendimiento, GUESSS 2016*

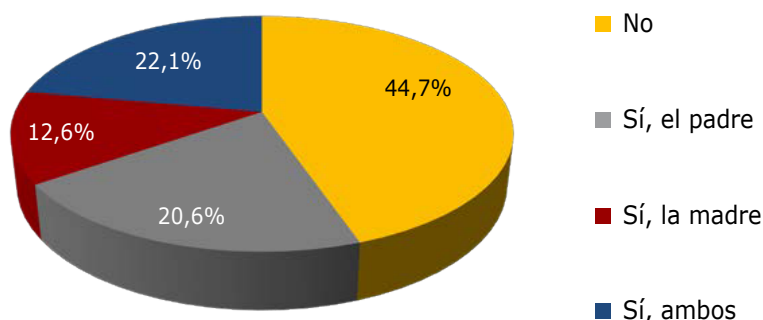
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Contexto familiar para el emprendimiento

La literatura académica sugiere que el contexto familiar es un factor determinante en las intenciones de creación de empresas de los jóvenes emprendedores. En este sentido, para el GUESSS es de suma importancia examinar el contexto familiar para el emprendimiento en el que están inmersos los estudiantes participantes en el proyecto, buscando entender así las decisiones de estos en relación con las actividades realizadas encaminadas a la creación de empresas.

El porcentaje de padres que al momento de la recolección de información se encontraban trabajando en su propia empresa alcanza a representar el 55.3% de la muestra de acuerdo con lo aseverado por los estudiantes encuestados. En este caso, El 22.1 % de los estudiantes indicaron que ambos padres trabajaban en su propia empresa, mientras que el 20.6% aseveró que sólo el padre era emprendedor y el 12.6 % mencionó que su madre era quien estaba a cargo del negocio

familiar. Se resalta el hecho de que el 44.7 % de los estudiantes afirmaron que sus padres no laboran en un negocio propio, evidenciándose así que, en el caso de los estudiantes de la Universidad de la Costa, la mayoría cuenta con antecedentes familiares empresariales que pueden ser tomados como modelos a seguir al momento de emprender sus actividades de creación de empresas.

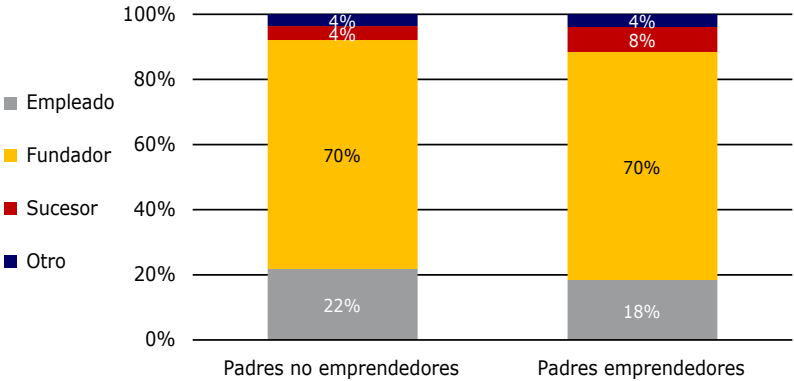


**Figura 17.** *Porcentaje de padres trabajando en empresa propia, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Al analizar la intención de carrera de los encuestados pasados 5 años del grado y el contexto familiar, se evidencia un porcentaje (70%) similar de aspiraciones enfocadas a convertirse en emprendedor tanto para aquellos estudiantes que tienen padres emprendedores como en aquellos que sus padres no cuentan con negocios propios, mostrando estos resultados que el contexto familiar no es un factor determinante en las intenciones de emprendimiento de los estudiantes de la Universidad de la Costa. De igual forma y como era de esperarse, el 8% de los hijos de padres emprendedores

esperan ser sucesores en el negocio familiar, mientras que el 4% de los vástagos de padres no emprendedores confían en ser sucesores de una empresa que no es controlada ni propiedad de sus padres. Se destaca también que el porcentaje estudiantes con padres no emprendedores que piensan convertirse en empleados es mayor en comparación con aquellos de padres emprendedores.



**Figura 18.** *Porcentaje de padres trabajando en empresa propia e intención de carrera de los estudiantes pasados 5 años del grado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Contexto social para el emprendimiento

De igual forma a lo ocurrido con el contexto universitario y familiar para el emprendimiento, la metodología GUESSS estudia el contexto social para la creación de empresas al considerarlo como un aspecto que puede influir en la decisión de los estudiantes para acometer actividades de emprendimiento.

Para analizar el contexto social se les preguntó a los estudiantes participantes en el proyecto sobre las reacciones que tendría o esperarían de su entorno social al momento en que ellos decidieran contarles sobre sus planes de crear empresa. Cada atributo debía ser calificado en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo).

Los resultados permiten ver que la mayoría de estudiantes de la Universidad de la Costa consideran que su entorno social reaccionaría positivamente a su decisión de convertirse en emprendedores, toda vez que cada uno de los atributos evaluados obtuvo una calificación superior a seis (6). Específicamente, los encuestados consideran que su familia más cercana estaría fuertemente de acuerdo con su intención de crear empresa, esto al calificar el atributo con una puntuación de 6.5, le siguen los atributos relacionados con la reacción de “los amigos” y “los compañeros de estudio” con puntajes de 6.3 y 6.2, respectivamente.

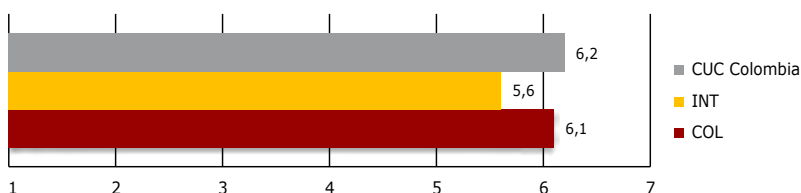
**Tabla 5**  
*Atributos evaluados para estudiar el entorno social para el emprendimiento, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Atributo		Media
1	Tu familia más cercana	6.5
2	Tus amigos	6.3
3	Tus compañeros de estudios	6.2

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Contrastando los resultados de la evaluación del contexto social para el emprendimiento presentados en

la Universidad de la Costa, a nivel nacional y a nivel internacional, se puede concluir que en todos los escenarios se percibe un ambiente social favorable para el emprendimiento, a nivel internacional se obtuvo una calificación ponderada de 5.6, mientras que en Colombia y en la Universidad de la Costa este puntaje estuvo por encima de seis (6).



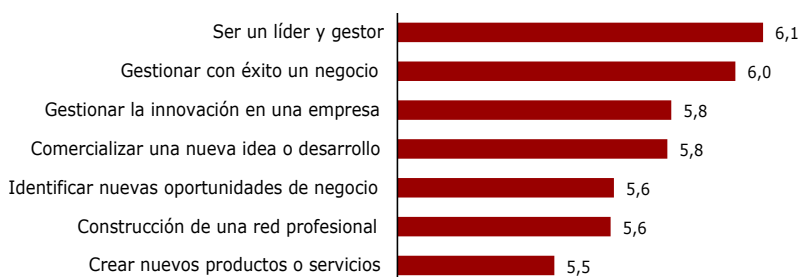
**Figura 19.** Evaluación contexto social para el emprendimiento, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Competencias para el emprendimiento

Al indagar entre los estudiantes de la Universidad de la Costa sobre la autopercepción que tienen en relación con algunas competencias para el emprendimiento, se evidencia que la mayoría de estos coinciden en que cuentan con la virtud de ser un líder, habilidad en la cual se tiene mayor confianza al calificarla con 6.1 en una escala entre 1 (Competencia muy baja) y 7 (Competencia muy alta). "Gestionar un negocio" se muestra como otra de las habilidades mejor valoradas de acuerdo con la percepción de los encuestados (6.0), mostrando así que éstos tienen la seguridad de que desempeñarían un buen papel como gerentes de su propia empresa. Por otro lado, se exhibe que los estudiantes tienen menor confianza en sus capacidades para "identificar nuevas

oportunidades de negocio”, “construir redes profesionales” y “crear nuevos productos o servicios”, son las competencias con peor calificación.



**Figura 20.** *Evaluación competencias para el emprendimiento, GUESSS 2016*

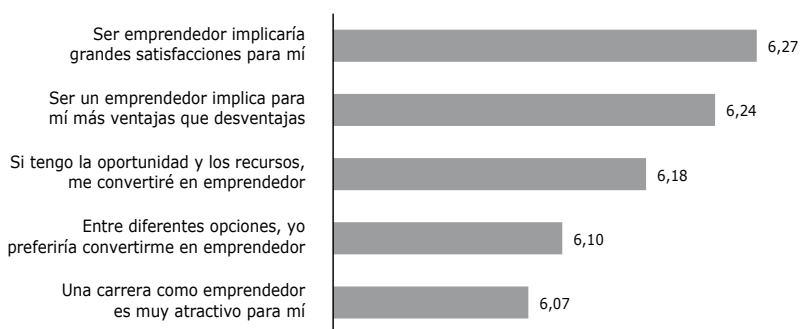
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Actitudes hacia la creación de empresas

Para estudiar la actitud o el pensamiento que tiene los estudiantes en relación con el hecho de convertirse en emprendedor y la elección de este camino como carrera profesional o laboral, la metodología GUESSS plantea unas afirmaciones relacionadas con lo descrito anteriormente que deben ser calificadas por los estudiantes participantes en el proyecto en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo).

Al observar la figura 21, se exhibe que todos los atributos planteados recibieron una calificación superior a seis (6), razón por la cual se puede concluir que los estudiantes de la Universidad de la Costa tienen una actitud positiva en torno a elección del emprendimiento como carrera profesional o laboral.

Específicamente, el atributo de “ser emprendedor implicaría grandes satisfacciones para mí” fue el mejor valorado, obtuvo una calificación de 6.27. Posteriormente se encuentran los atributos de “ser un emprendedor implica para mí más ventajas que desventajas”, “si tengo la oportunidad y los recursos, me convertiré en emprendedor” y “entre diferentes opciones, yo preferiría convertirme en emprendedor” con puntuaciones de 6.24, 6.18 y 6.10, respectivamente. Finalmente, el atributo con la más baja calificación fue “una carrera como emprendedor es muy atractivo para mí” con una cifra de 6.07.



**Figura 21.** *Evaluación de las actitudes hacia la creación de empresas, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Resumen

En general, el análisis del contexto para el emprendimiento refleja que a nivel familiar, social y universitario los estudiantes de la Universidad de la Costa consideran que en cada uno de estos se presentan las condiciones necesarias para influenciar de manera positiva sus decisiones de entablar actividades enfocadas a la creación



de empresas. Puntualmente, el contexto social fue el mejor calificado (6.2), esto, al considerar que el entorno social de los estudiantes reaccionaría positivamente a su decisión de convertirse en emprendedores. En relación con el contexto familiar, se evidenció que los estudiantes con antecedentes de creación de empresas en su familia representaron al 55.3% del total de encuestados, situación que considerando el índice de intención de emprendimiento registrado para la Universidad de la Costa podría mostrarnos que el hecho de tener padres emprendedores influencia positivamente el camino emprendedor de los estudiantes. Por su parte, el contexto universitario para el emprendimiento también obtuvo una buena calificación por parte de los estudiantes al alcanzar una puntuación de 5.3, evidenciándose así que la Universidad cuenta con un entorno adecuado y que coadyuva a las actividades de creación de empresas de sus estudiantes.

### Emprendedores nacientes

El proyecto GUESSS dentro de sus objetivos busca monitorear tanto las intenciones de emprendimiento como las actividades de creación de empresa que han realizado o están realizando los estudiantes universitarios. Es por esto que a lo largo del cuestionario de recolección de información la muestra se subdivide en tres categorías según las intenciones o actividades acometidas para crear empresa, a saber: aquellos que no ha realizado ninguna acción (no están incluidos en esta sección), aquellos que mencionaron que al momento del diligenciar el cuestionario estaban intentando emprender un negocio (emprendedores nacientes) y los que aseveraron que ya ejercían funciones en su propia empresa (emprendedores activos). En esta sección estudiaremos a los emprendedores nacientes, quienes de acuerdo con la metodología GEM<sup>3</sup>

---

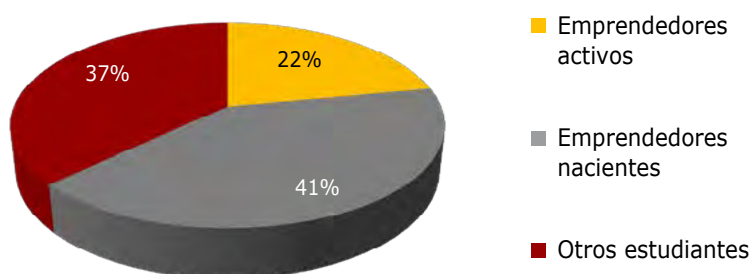
<sup>3</sup> De acuerdo con la metodología del *Global Entrepreneurship Monitor* – GEM, el proceso emprendedor consta de cuatro etapas, a saber:

- a. Emprendedor potencial: individuo que tiene los conocimientos, las habilidades y los deseos de poner en marcha un negocio pero aún no ha realizado ninguna actividad para materializar esa idea.
- b. Emprendedor naciente: individuo que ha estado involucrado en la puesta en marcha de un negocio hasta tres (3) meses, ya sea como auto empleado o en combinación con otro trabajo.
- c. Nuevo empresario: individuo cuya empresa se encuentra en funcionamiento entre los tres (3) y cuarenta y dos (42) meses, realizando pago de salarios a una persona adicional al propietario o a este mismo, ya sea como auto empleado o en combinación con otro trabajo.
- d. Empresario establecido: individuo cuya empresa cuenta con más de cuarenta y dos (42) meses de funcionamiento, realizando pago de salarios a una persona adicional al propietario o a este mismo, ya sea como auto empleado o en combinación con otro trabajo.

Información adaptada del Reporte GEM Colombia 2014, consulta en: <http://gemcolombia.org/publicaciones/>

son aquellos individuos que han estado involucrados en la puesta en marcha de una empresa hasta 3 meses, ya sea como auto empleado o en combinación con otro trabajo. Específicamente, analizaremos el sector económico, el número de socios, las motivaciones para crear empresa, los pasos que dieron para iniciar el negocio y algunos aspectos generales.

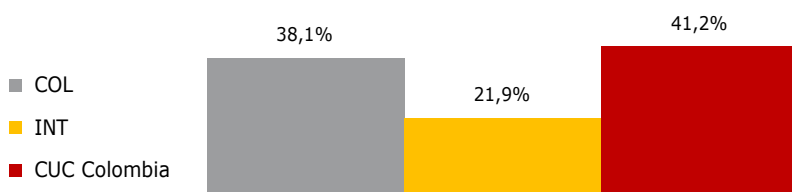
De acuerdo con la figura 22, en la Universidad de la Costa, el 41% de los estudiantes encuestados afirmaron que al momento del diligenciamiento del cuestionario estaban realizando las actividades pertinentes para dar inicio a un negocio propio, mientras que el 22 % aseveró que se encontraba dirigiendo su propia empresa. Se resalta el hecho que la mayoría de los estudiantes encuestados mencionaron estar intentando crear su propia empresa, situación que va de la mano con la cifra revelada en el índice de intención de emprendimiento, el cual se situó en el 6.1, dejando ver que los estudiantes de la Universidad de la Costa perciben al emprendimiento como una opción concreta de desarrollo profesional y personal.



**Figura 22.** *Porcentaje de emprendedores nacientes y activos, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Al analizar en paralelo el porcentaje de emprendedores nacientes registrados en la Universidad de la Costa, a nivel nacional y a nivel internacional, se puede observar que esta institución exhibe el porcentaje más alto de estudiantes que están intentando crear su propia empresa (41%), le sigue el valor registrado a nivel nacional (38%) y más de quince puntos porcentuales por debajo de este último, se percibe el porcentaje de emprendedores nacientes a nivel internacional (21%) (ver figura 23).

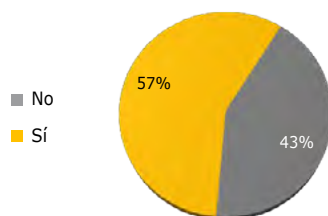


**Figura 23.** *Porcentaje de emprendedores nacientes, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Aspectos generales del emprendedor naciente

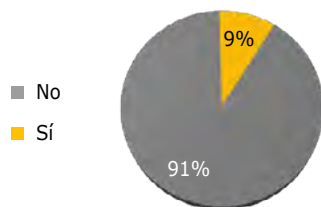
Al preguntarles a los estudiantes de la Universidad de la Costa acerca de sus expectativas en relación con la empresa que estaban emprendiendo, el 57% de estos mencionó que esperan que dicho negocio se convierta en su principal ocupación una vez hayan finalizado sus estudios universitarios. Por su parte, el 43% afirmó que tienen pensado combinar sus labores como auto-empleado con las funciones desempeñadas en otro trabajo.



**Figura 24.** *Porcentaje de emprendedores nacieses que quieren que su negocio propio sea su principal ocupación, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

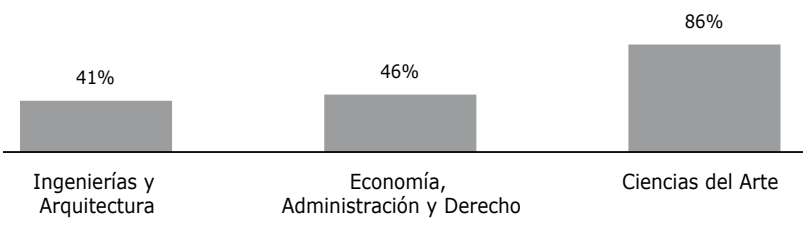
De otro lado, los resultados del proyecto GUESSS muestran que el 9 % de los estudiantes de la Universidad de la Costa que se categorizaron como emprendedores nacieses, anteriormente habían desarrollado actividades para crear su propia empresa, es decir, son estudiantes que venían trabajado en su negocio propio, por lo que el emprendimiento que estaban tratando de acometer no sería su primera experiencia como auto-empleado. Situación contraria a la observada para el 91% de los emprendedores nacieses restantes, quienes adujeron que en periodos anteriores nunca habían intentado establecer su propia empresa.



**Figura 25.** *Porcentaje de emprendedores nacieses con antecedentes en la actividad de creación de empresas, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

En cuanto al área de estudio de los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa al observar la distribución de estos entre el número de estudiantes totales de su respectiva área, se destaca que el 86 % de los estudiantes de programas afines con el arte aseveran ser emprendedores nacientes, siendo así el campo con mayor intención de emprendimiento. Por su parte, el 46 % de los estudiantes de economía, administración y derecho estaban realizando las actividades pertinentes para dar inicio a un negocio propio. Por último, para el campo de las ingenierías y arquitectura los emprendedores nacientes representan al 41 % del total de sus estudiantes.

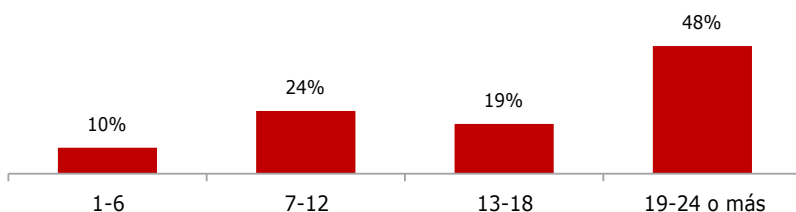


**Figura 26.** *Porcentaje de emprendedores nacientes por área de estudio, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Finalmente, se advierte como la mayoría de emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa no tienen pensado dar inicio a sus negocios en un tiempo cercano, éstos esperan establecer su propia empresa dentro de los próximos diecinueve (19) meses en adelante, representado así al 48% de la muestra. A continuación, se encuentra el 24% que considera entablar las acciones pertinentes para em-

prender su negocio entre los siguientes siete y doce meses, y el 19% que espera hacerlo dentro de los trece y dieciocho meses próximos. Por último, se ubican aquellos emprendedores nacientes que cuentan con el deseo de crear su propia empresa en un periodo cercano, específicamente, el 10 % cree que comenzará operaciones en el siguiente semestre (figura 27).



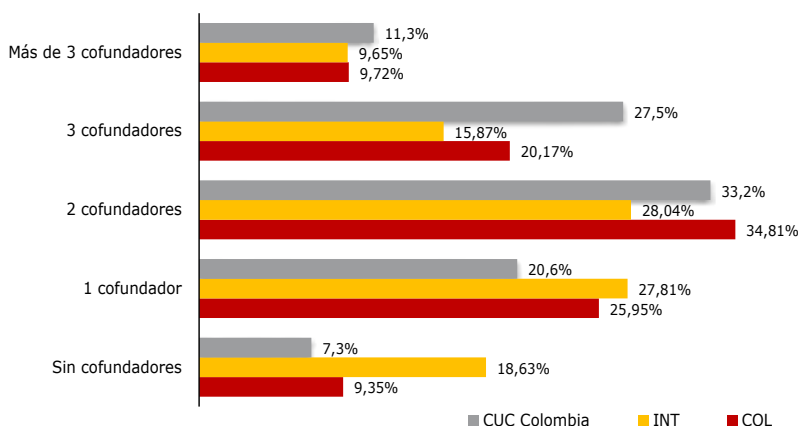
**Figura 27.** *Tiempo (meses) en el que tienen pensado dar inicio a su propia empresa, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Socios/Compañeros

En relación con el número de socios que los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa esperan tener al momento de crear su propia empresa, se exhibe cómo el 33.2 % de éstos considera que tendrá dos cofundadores en el negocio; a nivel nacional e internacional también se evidencia cómo la opción de dos cofundadores es la que más vislumbran la mayoría de dichos emprendedores. Le siguen, para la Universidad de la Costa, aquellos emprendedores nacientes que consideran necesario contar con tres cofundadores (27.5%) y aquellos que aseveran que solo tendrán un cofundador (20.6%).

Se resalta el hecho que a nivel internacional se muestra cómo un alto porcentaje de emprendedores (18.6%) cree que no contará con cofundadores al momento de dar inicio a las actividades de su propia empresa, es decir, ellos fungirán como único dueño; a nivel nacional y en la Universidad de la Costa el porcentaje fundadores en solitario alcanzan el 9.3 % y 7.3 %, respectivamente.



**Figura 28.** *Porcentaje de cofundadores entre emprendedores nacientes, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Al indagar entre los participantes de esta sección del estudio sobre la procedencia de los cofundadores del negocio, el 52% de los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa mencionó que sus socios potenciales tienen algún vínculo familiar con ellos. En este mismo sentido, el 58% de dichos emprendedores aseveraron que los cofundadores son compañeros de clases o colegas de ellos (estas preguntas no son excluyentes).



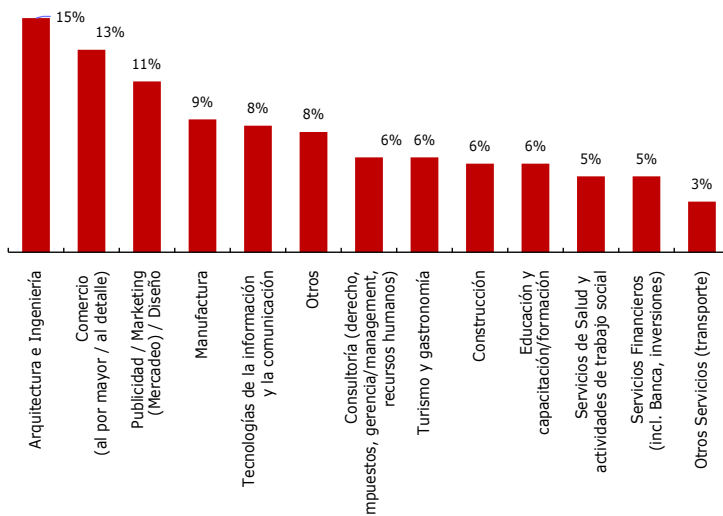
## Sector económico

En la Universidad de la Costa, el 15 % de los emprendedores nacientes mencionaron que la empresa que tienen pensado crear operará en el sector de la arquitectura e ingeniería. Este hecho va de la mano con lo observado en la sección donde se analizó el área de estudio de los individuos participantes en el proyecto, recordando que el 40% de éstos se encontraba realizando sus carreras de pregrado o cursos de postgrado en el área de ingenierías y arquitectura.

El segundo sector con mejor acogida dentro de los estudiantes de la Universidad de la Costa es el de comercio, tanto para ventas al por mayor como para ventas al detal, los emprendedores que esperan iniciar sus actividades en este sector representan al 13% de emprendedores nacientes exhibidos en la universidad. A continuación, se encuentra el sector de publicidad, mercadeo y diseño, donde el 11% de los participantes de esta sección del estudio pretenden dar comienzo a sus labores como emprendedor.

Cabe subrayar que el sector económico de servicios financieros tan sólo fue considerado por el 5% de los estudiantes como un posible nicho de mercado donde ellos puedan ofrecer productos y/o servicios a partir de sus emprendimientos, situación que puede ser un poco preocupante toda vez que de acuerdo con las cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas – DANE, para el tercer trimestre de 2016 este sector participó con un poco más del 20% del producto interno bruto a nivel nacional, evidenciándose así que uno de los sectores económicos que de acuerdo con las cifras nacionales impulsa en mayor medida el crecimiento económico del

país, casi no es tenido en cuenta como un mercado potencial por parte de los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa.



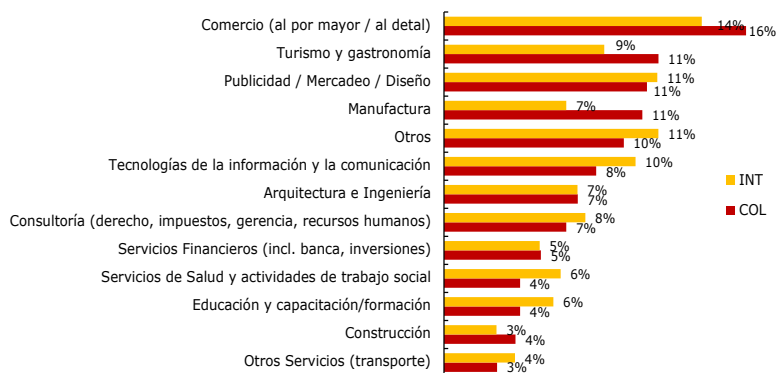
**Figura 29.** Sector económico donde operarán las empresas de los emprendedores nacientes, Universidad de la Costa, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Analizando los resultados evidenciados a nivel nacional e internacional se observa cómo el sector de comercio es el predilecto por los emprendedores nacientes de estos dos segmentos (16 % y 14 %, respectivamente), a diferencia de lo visto en la Universidad de la Costa donde el sector de arquitectura e ingeniería ocupa el primer lugar dentro de los sectores económicos en los cuales operarían los negocios de estos emprendedores. Se destaca este hecho debido a que llama la atención que a nivel nacional el sector de arquitectura e ingeniería es visto como un posible nicho de mercado tan sólo

por el 7 % de los estudiantes, cifra que representa casi la mitad de la observada en la Universidad de la Costa (15%), la cual fue una de las instituciones que mayor número de encuestados aportó a la muestra nacional. No obstante, esta situación puede ser explicada a partir de la distribución de la muestra por área de estudio; para Colombia los encuestados que cursaban una carrera en el área de ingenierías y arquitectura representaron al 27% de total de éstos, mientras que para la Universidad de la Costa esta cifra se situó en el 40%.

A nivel nacional, luego del sector de comercio se encuentran los campos de turismo, gastronomía, publicidad, mercadeo y diseño, registrando cada uno de los sectores al 11 % de los emprendedores nacientes (ver figura 30); a nivel internacional se presenta un cambio de posición en los sectores observados para Colombia toda vez que el sector de publicidad, mercadeo y diseño alcanza el 11 % de los encuestados y el campo de turismo y gastronomía representa el 9 % de la muestra.



**Figura 30.** Sector económico donde operarán las empresas de los emprendedores nacientes, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Pasos para iniciar un emprendimiento

Al analizar las actividades que han realizado los emprendedores nacientes de la Universidad del Costa para crear su propia empresa, se evidencia que la mayoría de éstos han realizado estudios de mercado enfocados a recopilar información sobre los competidores o sobre el mercado en sí (49.4%). Como complemento a estos estudios, el 39.3% de los emprendedores nacientes han dedicado parte de su tiempo a redactar el plan de negocios de la empresa, mientras que el 31.6% asevera que han discutido el producto o la idea de negocio con cliente potenciales.

Se destaca que las actividades que menos realizan los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa son aquellas que están relacionadas con la ejecución de cualquier tipo de trámite legal, a saber: las solicitudes de patentes, derechos de autor o marca comercial y el registro de la empresa ante la autoridad competente; estas actividades han sido realizadas por el 6.9% y 7.7%, respectivamente, de los emprendedores (Figura 31).



**Figura 31.** Actividades llevadas a cabo para iniciar una empresa propia, Universidad de la Costa, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

De acuerdo con la figura 32, a nivel internacional se observa que casi la totalidad de emprendedores nacientes han desarrollado un plan de negocios (96%) como una de las actividades realizadas para dar inicio a su propia empresa. A nivel nacional, la actividad más acometida fue recopilar información sobre los mercados o los competidores (54%), le sigue la actividad de discutir el producto o la idea de negocio con cliente potenciales (40 %).



**Figura 32.** Actividades llevadas a cabo para iniciar una empresa propia, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Motivaciones para crear empresa

Con la idea de entender el porqué de la decisión de convertirse en emprendedores, se les pidió a los estudiantes de la Universidad de la Costa participantes en el proyecto GUESSS que evaluaran unos atributos relacionados con las motivaciones que impulsan la actividad de creación de empresas; dichos atributos debían ser calificados por los estudiantes en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo).

En este sentido, se observa que la principal motivación que tienen los estudiantes de la Universidad de la Costa para acometer actividades de creación de empresas se basa en el hecho que su carrera avance en el mundo de los negocios, este atributo recibió una puntuación de 6.2. Le siguen los atributos de “para hacer algo que me permita mostrar los valores que forman a la persona que realmente soy” y “para tener un rol proactivo en el hecho de cambiar como opera actualmente el mundo”, ambos calificados con 6.0. Llama la atención que los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa afirman que sus intenciones de crear empresas no están motivadas por el ánimo de lucro, esto debido a que el atributo de “para generar mayores ingresos y ser rico” fue calificado por debajo de cinco (5).



**Figura 33.** *Motivaciones de los emprendedores nacientes para crear empresa, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*  
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Resumen

En síntesis, la mayoría de los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa son estudiantes de programas enfocados a la ingeniería, arquitectura, economía, administración y derecho, quienes esperan que el negocio que van a emprender se convierta en su principal ocupación una vez ellos hayan finalizado estos estudios; ellos no tienen pensado dar inicio a su negocios en un tiempo cercano, vislumbran establecer su propia empresa dentro de los próximos 19 meses en adelante y no cuentan con antecedentes en actividades de creación de empresa, toda vez que un gran porcentaje de estos nunca habían intentado establecer su propia empresa.

Adicionalmente, el sector de arquitectura e ingeniería se configura como el de mayor preferencia para crear empresas enfocadas en ofertar productos o servicios relacionados con dicha rama económica. La principal motivación para acometer estas actividades es que sus carreras avancen en el mundo de los negocios y le dan poca importancia a la generación de riqueza a partir de sus emprendimientos. En general, un alto porcentaje considera que tendrá dos cofundadores en el negocio que establecerán y sólo unos pocos esperan hacerlo en solitario.

### Emprendedores activos

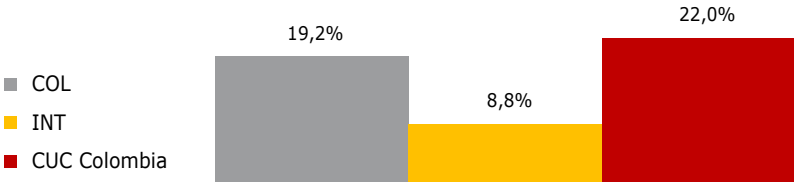
Análogamente al análisis de la actividad de los emprendedores nacientes, la metodología GUESSES también busca estudiar las intenciones y actividades acometidas para crear empresa por parte de aquellos estudiantes que aseveraron, al momento del diligenciamiento del cuestionario, que ya ejercían funciones o administraban su propia empresa; es decir, de aquellos estudiantes que pueden ser categorizados como emprendedores activos. En esta sección analizaremos el sector económico, el número de socios, las motivaciones para crear empresa, el desempeño de sus empresas en comparación con otras que ofrecen productos y servicios similares, y algunos aspectos generales de los emprendedores activos de la Universidad de la Costa.

Cabe recordar que de acuerdo con la figura 22, el 22% de los estudiantes de la Universidad de la Costa aseveró al momento de la encuesta que se encontraban dirigiendo su propia empresa. Mientras que el 41% de éstos apenas estaban realizando las actividades pertinentes para dar inicio a un negocio propio (emprendedores nacientes).

Al analizar en paralelo el porcentaje de emprendedores activos registrados en la Universidad de la Costa con el evidenciado a nivel nacional e internacional, se



puede observar que la Universidad de la Costa exhibe el porcentaje más alto de estudiantes que ya se encuentra dirigiendo su propia empresa (22%), seguidamente se percibe el porcentaje de emprendedores activos registrado a nivel nacional (19%) y más de diez puntos porcentuales por debajo de este último, se advierte el porcentaje de emprendedores activos a nivel internacional.

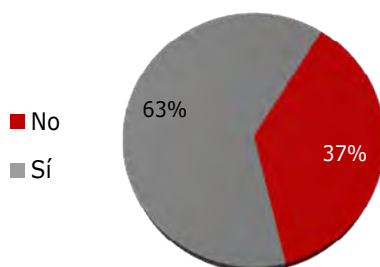


**Figura 34.** *Porcentaje de emprendedores activos, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

### Aspectos generales del emprendedor activo

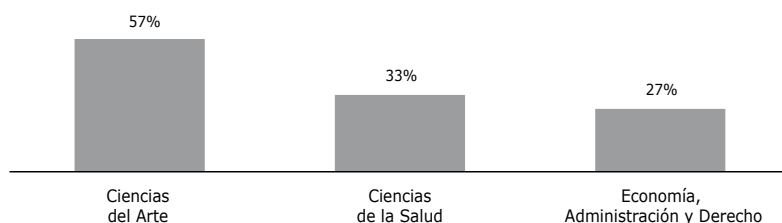
De forma similar a lo evidenciado en los emprendedores nacientes, la mayoría de emprendedores activos (63%) de la Universidad de la Costa esperan que el negocio que actualmente dirigen se convierta en su principal ocupación una vez hayan finalizado sus estudios universitarios, la diferencia entre ambos reside en que el porcentaje de estudiantes que están decididos a tomar el emprendimiento como una elección de carrera y sólo dedicarse a éste es mayor en los emprendedores activos en comparación con los emprendedores nacientes. Por otro lado, se refleja cómo el 37% de los emprendedores activos afirmó que tienen pensado combinar sus labores como autoempleado con las funciones desempeñadas en otro trabajo.



**Figura 35.** *Porcentaje de emprendedores activos que quieren que su negocio propio sea su principal ocupación, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

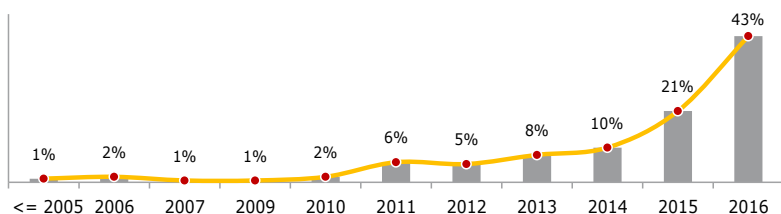
En cuanto al área de estudio de los emprendedores activos de la Universidad de la Costa vemos cómo los programas afines a las ciencias del arte muestran el porcentaje más elevado de éstos con respecto al número de estudiantes en esa área (57 %). Le siguen, el campo de Ciencias de la Salud, donde el 33 % de sus estudiantes se encuentran gestionando o administrando su propia empresa; y el área de economía, administración y derecho, donde los emprendedores activos representan al 27 % de sus estudiantes.



**Figura 36.** *Porcentaje de emprendedores activos por área de estudio, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

De acuerdo con la figura 37, el 43% de las empresas que se encontraban operando y bajo la gestión de un estudiante de la Universidad de la Costa fueron fundadas en el año 2016, evidenciándose así que la mayoría de los emprendimientos acometidos por los emprendedores activos registrados en la Universidad aún se encuentra en etapas incipientes del proceso de creación de empresas. Entre los periodos de 2012 y 2015 fueron creadas el 44% de las empresas donde los emprendedores activos de la Universidad de la Costa tienen algún tipo de injerencia dentro del manejo de la misma. Por último, del año 2011 hacia atrás fueron instituidas el 13% de las empresas analizadas, estos negocios cuentan con más de 48 meses de funcionamiento por lo que se puede asegurar que son emprendimientos establecidos y con operaciones sólidas en el mercado donde actúan.

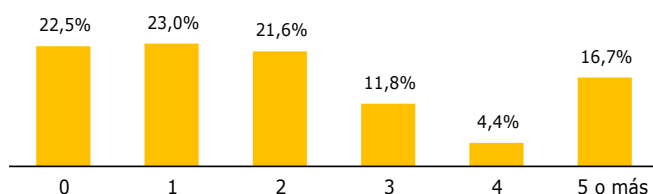


**Figura 37.** Año de fundación de las empresas de los emprendedores activos, Universidad de la Costa, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Al preguntarles a los emprendedores activos registrados en la Universidad de la Costa sobre el número de empleos a tiempo completo que estaban generando a partir de las empresas que estaban manejando, se destaca que el 22.5% mencionó que no contaban con ningún trabajador en su empresa, es decir, son

emprendimientos unipersonales donde toda la gestión depende únicamente del propietario, en este caso, el emprendedor activo. Por su parte, el 23% y el 21.6% de los estudiantes que fungen como propietarios aseveraron que en sus empresas contaban con uno y dos trabajadores a tiempo completo, respectivamente. Cabe resaltar que los emprendedores que manifestaron que en sus negocios generaban empleo a tiempo completo para cinco o más trabajadores, representan al 16.7% de la muestra.

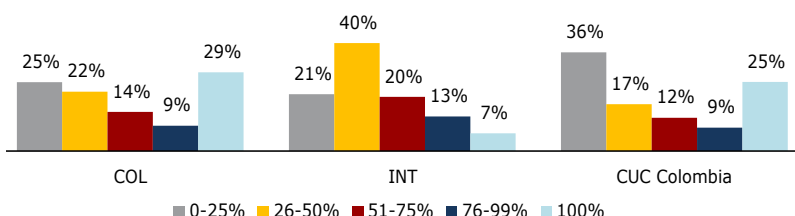


**Figura 38.** *Porcentaje de empleados trabajando en la empresa a tiempo completo, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Finalmente, se evidencia como el 36 % de los emprendedores activos de la Universidad de la Costa asevera que ellos son partícipes en la propiedad de la empresa en un porcentaje no superior a 25. Por su parte, el 25 % manifiesta que ellos cuentan con el 100% de la participación en la propiedad del negocio, es decir que son dueños únicos. Las cifras reflejadas en la Universidad de la Costa son muy parecidas a las registradas a nivel nacional, la diferencia radica en que para Colombia el porcentaje de emprendedores que controlan el 100 % de la empresa es superior en casi cuatro puntos porcentuales al exhibido en la Universidad, éste se sitúa en 29.01%; mientras que los estudiantes partícipes de la propiedad de la empresa en un porcentaje no superior

a 25 alcanzan a representar al 25 %. A nivel internacional se destaca el bajo porcentaje de emprendedores que cuenta con el 100% de la propiedad del negocio (7 %) y que casi el 40 % de los estudiantes mencionaron que son dueños de entre el 26 y 50, por ciento, de la empresa.



**Figura 39.** *Porcentaje de participación en la propiedad del negocio, GUESSS 2016*

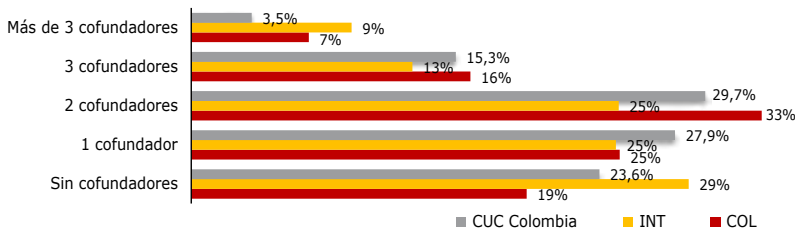
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Socios/Compañeros

Con relación al número de personas que junto con los emprendedores activos de la Universidad de la Costa dieron inicio a su propia empresa, la figura 40 muestra cómo el 29.7% de éstos afirma que al momento de emprender las actividades necesarias para instalar su negocio, se tuvo el acompañamiento de dos cofundadores; a nivel nacional e internacional también se evidencia cómo la opción de dos cofundadores fue una de las más utilizadas por los emprendedores. Le siguen, para la Universidad de la Costa, aquellos emprendedores activos que cuentan con solo un socio (27.9%) y aquellos que aseveran que no tienen socios (23.6%). Esta última situación guarda correspondencia con lo exhibido en el numeral anterior, donde se evidenció que un 25.5% de los emprendedores activos de la Universidad de la Cos-

ta manifestaron tener una participación del 100% sobre la propiedad de la empresa, en otras palabras, son los únicos propietarios del negocio.

Se destaca el hecho de que a nivel internacional se muestra cómo un alto porcentaje de emprendedores (29%) no estableció una sociedad con otra(s) persona(s) al momento de dar inicio a las actividades de creación de su propia empresa, es decir, ellos fungen como único dueño, a nivel nacional el porcentaje fundadores en solitario alcanzan el 19%.

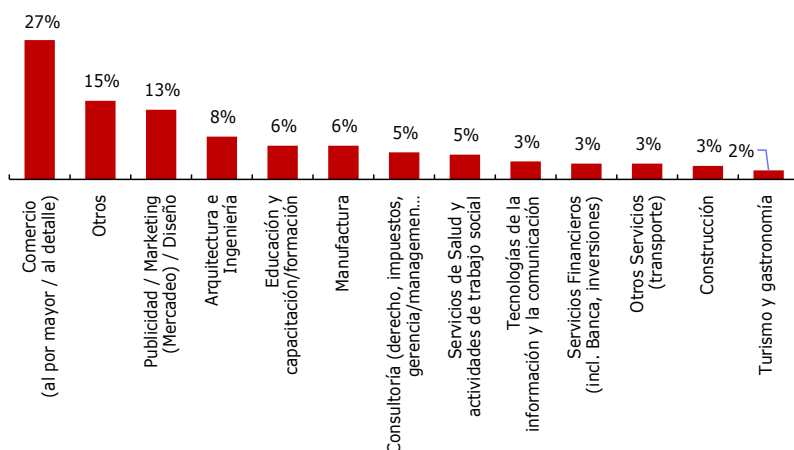


**Figura 40.** *Porcentaje de cofundadores entre emprendedores activos, GUESSSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Sector económico

A partir de la figura 41 se puede observar que el 27% de los emprendedores activos de la Universidad de la Costa ofrecen a través de su propia empresa productos y/o servicios en el sector comercio, tanto en ventas al por mayor como en ventas al detal. Soslayando la categoría de “otros”, a continuación, se encuentra el sector de publicidad, mercadeo y diseño, segmento donde el 13 % de los emprendedores tiene participación. Cerrando los primeros tres lugares (sin incluir la categoría de otros), se exhibe el sector de arquitectura e ingeniería (8%).



**Figura 41.** Sector económico donde operarán las empresas de los emprendedores nacientes, Universidad de la Costa, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Cabe destacar que se mantienen los mismos sectores económicos donde los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa tienen pensado operar. No obstante, se evidencia cómo el área de arquitectura e ingeniería pierde peso, mientras que las actividades del sector comercio ganan adeptos. Esto se podría explicar debido a que, en un país como Colombia, considerado la coyuntura económica del mismo, a lo largo del tiempo es más probable que una empresa enfocada al sector servicios perdure; mientras que un negocio inmerso en el campo de las ingenierías debe contar con procesos de innovación y con un acervo de conocimiento que en caso de no presentarse podría dificultar su operación.

Por otro lado, en los resultados evidenciados a nivel nacional e internacional se refleja cómo el sector

de comercio es el predilecto por los emprendedores activos de estos dos contextos (29% y 18%, respectivamente) análogamente con lo visto en la Universidad de la Costa donde éste ocupa el primer lugar dentro de los sectores económicos en los cuales operan los negocios de dichos emprendedores. A nivel nacional, le siguen los campos de publicidad, mercadeo, diseño y manufactura, agrupando los dos sectores al 22% de los emprendedores activos (ver figura 42); mientras que a nivel internacional se presenta un cambio en los sectores observados para Colombia toda vez que el área de publicidad, mercadeo y diseño alcanza al 12% de los encuestados y el campo tecnologías de la información y la comunicación representa al 8% de la muestra.



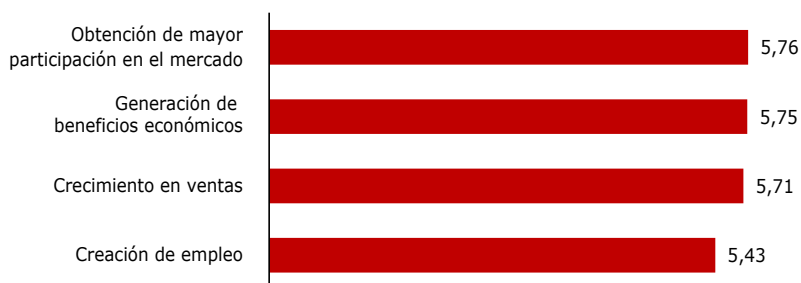
**Figura 42.** Sector económico donde operarán las empresas de los emprendedores nacientes, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)



## Desempeño de la empresa

Con el fin de evaluar el desempeño de las empresas que son dirigidas por los emprendedores activos identificados a partir del proyecto GUESSS en la Universidad de la Costa, se les solicitó a los mismos que de acuerdo con su percepción calificaran el funcionamiento de sus negocios, comparándolos con otros negocios que ofrecen productos o servicios similares; los estudiantes debían dar una puntuación en una escala entre 1 (demasiado pobre) y 7 (demasiado bueno) para los cuatro atributos que se observan en la figura 43.



**Figura 43.** *Evaluación del desempeño de la empresa de los emprendedores activos en comparación con otras empresas del mercado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

De acuerdo con los resultados de la evaluación mencionada anteriormente, se evidencia que los emprendedores activos de la Universidad de la Costa consideran que su desempeño en la mayoría de atributos ha sido bueno, esto debido a que su calificación promedio se situó en 5.66. Los atributos de "obtención de mayor participación en el mercado" y "generación de beneficios económicos" fueron los mejor evaluados con

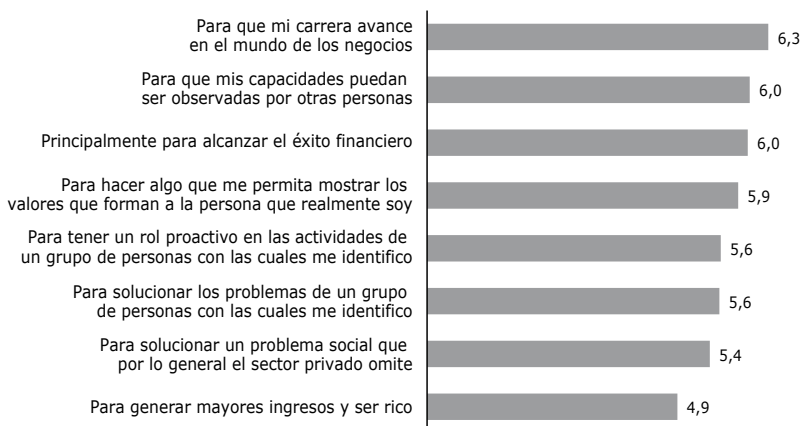
calificaciones de 5.76 y 5.75, respectivamente. En otras palabras, los emprendedores activos de la institución manifestaron que, en comparación con otros negocios que operan en el mismo mercado en el que ellos se encuentran, el funcionamiento de sus empresas en esos dos atributos fue muy bueno. El atributo con la calificación más baja fue “creación de empleo” (5.43).

Teniendo en cuenta que el atributo peor evaluado de acuerdo con la percepción de los emprendedores fue el de “generación de empleo” y considerando el hecho que el 22.5 % mencionó que no contaban con ningún trabajador en su empresa, se podría concluir que los emprendimientos de los estudiantes de la Universidad de la Costa desde el punto de vista de la creación de nuevos puestos de trabajo están aportando muy poco al crecimiento económico de la ciudad, situación que se subraya debido a la importancia que ha adquirido el estudio de la relación existente entre estas dos variables en la investigación académica.

## **Motivaciones para crear empresa**

De igual forma a lo analizado en el segmento de emprendedores nacientes, con el fin de entender el porqué de la decisión de convertirse en emprendedores, se les pidió a los emprendedores activos identificados a partir del proyecto GUESSS en la Universidad de la Costa que evaluaran unos atributos relacionados con las motivaciones que los impulsaron para realizar las actividades necesarias para crear una empresa. Dichos atributos debían ser calificados por los estudiantes en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo).

En este sentido, se observa que la principal motivación que tuvo cada uno el estudiante de la Universidad de la Costa para acometer sus actividades de creación de empresas se basa en el hecho que su carrera avanzara en el mundo de los negocios; este atributo recibió una puntuación de 6.3. Le siguen los atributos de “para que mis capacidades puedan ser observadas por otras personas” y “principalmente para alcanzar el éxito financiero”, ambos calificados con 6.0. Llama la atención que análogamente a lo observado en los emprendedores nacientes, los emprendedores activos de la Universidad de la Costa afirman que sus intenciones de crear empresas no están motivadas por el ánimo de lucro, esto debido a que el atributo de “para generar mayores ingresos y ser rico” fue calificado por debajo de cinco.



**Figura 44.** *Motivaciones de los emprendedores activos para crear empresa, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Resumen

A grosso modo, la mayoría de los emprendedores activos de la Universidad de la Costa son estudiantes de programas enfocados a la economía, administración, derecho, ingenierías y arquitectura, quienes esperan que el negocio que están manejando en la actualidad se convierta en su principal ocupación una vez ellos hayan finalizado con sus estudios; en su mayoría, estos negocios fueron creados durante el año 2016 y son pocos los emprendimientos con más de cinco años de antigüedad, asimismo, fueron empresas creadas en sociedad con más de una persona, donde el emprendedor activo de la Universidad de la Costa posee entre el cero y veinticinco por ciento de la propiedad del negocio, se destaca que casi el 60 % de éstos genera empleo a por lo menos cuatro personas.

Adicionalmente, el sector comercio (al por mayor y al detal) se configura como el nicho de mercado donde operan el mayor número de empresas. La principal motivación para acometer estas actividades es que sus carreras avanzan en el mundo de los negocios y le dan poca importancia a la generación de riqueza a partir de sus emprendimientos. En general, un alto porcentaje considera que el desempeño de sus empresas en comparación con otras empresas que ofrecen productos o servicios similares, ha sido bueno.

### **Negocios familiares**

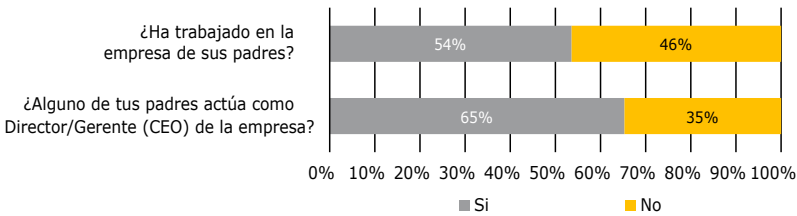
Como se mencionó en el numeral donde se analizó el contexto familiar para el emprendimiento, los antecedentes empresariales en la familia y el hecho de tener padres emprendedores puede convertirse en un factor determinante en las intenciones de los jóvenes emprendedores para crear empresa. Considerando lo anterior, el proyecto GUESSS indaga entre los estudiantes participantes que manifestaron que sus padres gestionan o son propietarios de una empresa familiar propia, sobre algunos aspectos relacionados con ésta. En esta sección estudiaremos el impacto que se genera en las intenciones de ser emprendedor a partir del negocio familiar, particularmente, se analizará el sector económico donde opera la empresa de los padres, el desempeño de la misma en el mercado, algunas características generales de ésta y la intención que tiene el estudiante en ser el sucesor de sus padres para manejar el negocio.

### **Características generales**

Teniendo en cuenta a aquellos estudiantes de la Universidad de la Costa que afirmaron que por lo menos uno de sus padres o ambos, trabajaban en su propia empresa (figura 17), se evidencia cómo el 65% de éstos

manifestó que alguno de sus padres funge como director o gerente de la empresa familiar. A nivel nacional, el porcentaje de padres que ejerce funciones como director o gerente de su propia empresa se sitúa en el 76%, cifra superior a la exhibida en la Universidad de la Costa.

Por otra parte, la figura 45 muestra que el 54% de los estudiantes de la Universidad de la Costa han trabajado en algún momento en el negocio de sus padres. Para Colombia se observa una cifra similar, el 55% de los participantes en el proyecto GUESSS afirman haber trabajado en la empresa de propiedad familiar.

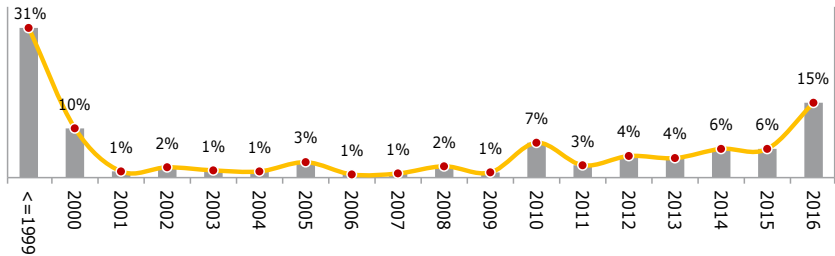


**Figura 45.** *Porcentaje de estudiantes que han trabajado en la empresa de sus padres y porcentaje de padres que manejan la empresa familiar, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Al indagar entre los estudiantes de la Universidad de la Costa acerca del periodo en que la empresa familiar inició operaciones, se destaca que más del 30% de éstos aseveró que su familia fundó su empresa hace más de 17 años. Situación que se observa en la figura 46, donde el 31% de las empresas familiares fueron creadas desde el año 1999 hacia atrás. Cabe

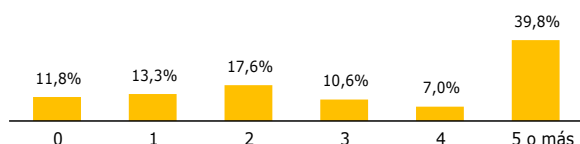
señalar que el 15% de los emprendimientos familiares fueron acometidos en el año 2016, por lo que son empresas que están en la etapa incipiente del proceso de creación de empresas y son relativamente nuevas en mercado donde se están desempeñando.



**Figura 46.** Año de fundación de la empresa familiar, Universidad de la Costa, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

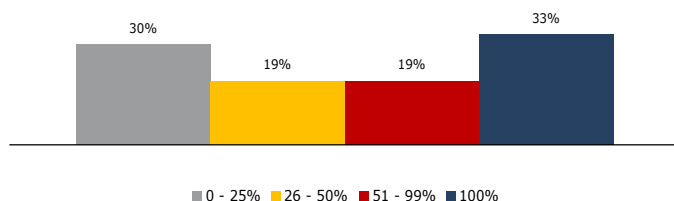
Analizando el número de empleos a tiempo completo que generan las empresas familiares de los estudiantes de la Universidad de la Costa, se refleja cómo el 39.8 % de estos negocios emplean a cinco trabajadores o más, pudiéndose generar así, a partir de éstos, efectos positivos sobre el crecimiento económico de la ciudad donde operan estas empresas. Se subraya el hecho que el 11.8% de los estudiantes mencionó que no contaban con ningún trabajador en la empresa familiar, es decir, son emprendimientos unipersonales donde toda la gestión depende únicamente del propietario, en este caso, alguno de los padres. Por su parte, el 13.3% y el 17.6% de los negocios familiares de los estudiantes de la Universidad de la Costa, contaban con uno y dos trabajadores a tiempo completo, respectivamente.



**Figura 47.** *Porcentaje de empleados trabajando en la empresa familiar a tiempo completo, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Por último, se evidencia cómo el 30% de los estudiantes de la Universidad asevera que su familia es partícipe en la propiedad de la empresa en un porcentaje no superior a 25, mientras que un 33% de éstos manifiesta que su familia controla el 100% de la participación en la propiedad del negocio, es decir que son los únicos dueños de la misma.



**Figura 48.** *Porcentaje de participación de la familia en la propiedad del negocio, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

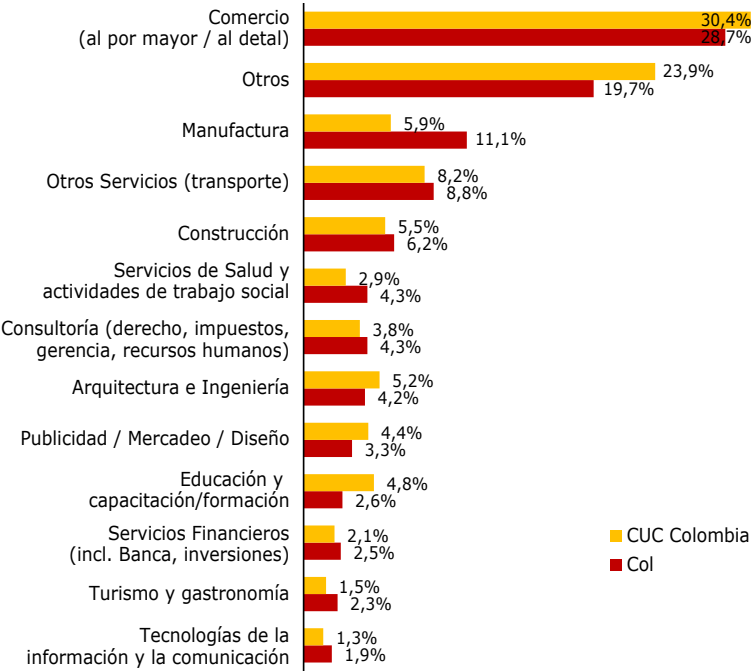
## Sector económico

En relación con el sector económico donde las empresas familiares de los estudiantes de la Universidad de la Costa ofrecen sus productos y servicios, se observa como el 30.4% de éstas tienen participación en el sector comercio, tanto en ventas al por mayor como en ventas al detal. Soslayando la categoría de "otros", a continuación, se encuentran las empresas que operan en el sector de



transporte, representando al 8.2% de las empresas familiares. Cerrando los primeros tres lugares, se exhibe el sector de manufactura (5.9 %).

De forma similar a lo visto en los resultados de la Universidad de la Costa, a nivel nacional se refleja cómo el sector comercio es donde se encuentran operando la mayoría de las empresas familiares de los estudiantes participantes en el proyecto GUESSS (28.7%). Le siguen los negocios familiares que se encuentran ofreciendo bienes o servicios en los sectores de manufactura y transporte (11.1 y 8.8, por ciento, respectivamente).



**Figura 49.** Sector económico donde operarán las empresas familiares, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

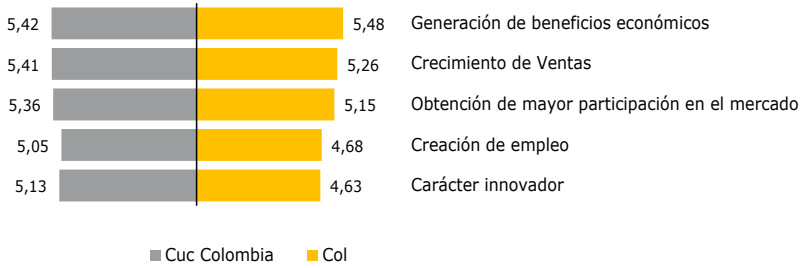
## Desempeño del negocio familiar

Con el fin de evaluar el desempeño de las empresas familiares de los estudiantes encuestados por medio del proyecto GUESSS, se le solicitó a los mismos que de acuerdo con su percepción calificaran el funcionamiento de los negocios donde su familia tenía participación en la propiedad del mismo, comparándolos con otros negocios que ofrecen productos o servicios similares; los estudiantes debían dar una puntuación en una escala entre 1 (demasiado pobre) y 7 (demasiado bueno) para cada uno de los atributos evaluados.

De acuerdo con los resultados de la evaluación mencionada anteriormente, se observa que los estudiantes de la Universidad de la Costa consideran que el desempeño de la empresa familiar en la mayoría de atributos ha sido bueno, esto debido a que su calificación promedio se situó en 5.27. Los atributos mejor evaluados por los estudiantes fueron “generación de beneficios económicos” y “crecimiento en ventas” con calificaciones de 5.42 y 5.41, respectivamente. Recapitulando, los estudiantes de la universidad creen que en comparación con otros negocios que participan en el mismo mercado donde su empresa familiar se encuentra, el desempeño de ellos ha sido muy bueno en esos dos atributos. Por otra parte, el atributo con la calificación más baja fue “creación de empleo” (5.05).

A nivel nacional, la percepción promedio del desempeño de las empresas familiares se localiza en 5.04, ésta se encuentra por debajo de la observada en la Universidad de la Costa. Análogamente a lo reflejado en la Universidad, los estudiantes colombianos

otorgaron las mejores calificaciones a los atributos de “generación de beneficios económicos” y “crecimiento en ventas” (5.48 y 5.26, respectivamente), mientras que el atributo peor calificado fue el de “carácter innovador” (4.63).



**Figura 50.** *Evaluación del desempeño de la empresa familiar en comparación con otras empresas del mercado, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

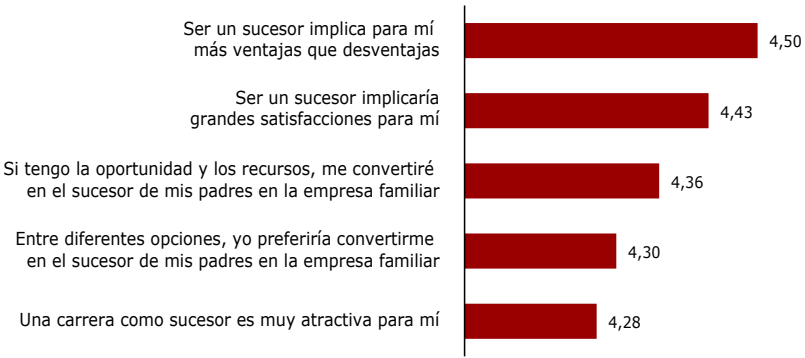
## Actitudes para ser sucesor de la empresa familiar

El proyecto GUESSS indaga entre los estudiantes participantes que manifestaron que sus padres gestionan o son propietarios de una empresa familiar propia, sobre algunos aspectos relacionados con las actitudes que poseen éstos para ser sucesores de la empresa familiar. Los estudiantes debían calificar dichos aspectos en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo).

Al observar la figura 51, se exhibe que todos los atributos planteados recibieron una calificación que no fue superior a 4.50, razón por la cual se puede

concluir que los estudiantes de la Universidad de la Costa tienen una actitud indiferente en torno a convertirse en el relevo de sus padres en el negocio familiar, es decir que no tienen mucho interés en ser sucesores.

Específicamente, el atributo de “ser sucesor implica para mí más ventajas que desventajas” fue el que obtuvo la calificación más alta entre los evaluados, alcanzado una cifra de 4.50. Posteriormente se encuentran los atributos de “ser implicaría grandes satisfacciones para mí”, “si tengo la oportunidad y los recursos, me convertiré en el sucesor de mis padres en la empresa familiar” y “entre diferentes opciones, yo preferiría convertirme en el sucesor de mis padres en la empresa familiar” con puntuaciones de 4.43, 4.36 y 4.30, respectivamente. Finalmente, el atributo con la más baja calificación fue “una carrera como sucesor es muy atractiva para mí” con una cifra de 4.28.



**Figura 51.** *Evaluación de las actitudes para ser sucesor de la empresa familiar, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Intención de ser sucesor

De forma similar a la evaluación de las actitudes para ser sucesor de la empresa familiar, el proyecto GUESSS indagó entre los estudiantes participantes que manifestaron que sus padres gestionan o son propietarios de una empresa familiar propia sobre algunos aspectos relacionados con su intención de convertirse en sucesores dentro de dicha empresa. Los estudiantes debían calificar los aspectos indagados en una escala entre 1 (fuertemente en desacuerdo) y 7 (fuertemente de acuerdo).

A partir de los resultados de la evaluación de los atributos se evidencia que los estudiantes de la Universidad de la Costa tienen pocas intenciones de convertirse en los sucesores de sus padres en el negocio familiar, esto debido a que la mayoría de los atributos recibieron una calificación por debajo de cuatro (4). Situación que va de la mano con lo visto en el acápite anterior, donde se observó que estos estudiantes tenían una actitud de indiferencia en torno a convertirse en el relevo de sus padres.

Puntualmente, el atributo de “tengo la firme intención de convertirme en el sucesor de mis padres algún día” fue el mejor valorado, éste obtuvo una calificación de 4.09. Mientras que la menor calificación fue de 3.97 y corresponde al atributo de “estoy dispuesto a hacer cualquier cosa con el fin de tomar control de la empresa de mis padres.

A nivel nacional, la situación es un poco más preocupante debido a que la calificación promedio de los atributos se situó en 3.6, dando así a entender que los estudiantes colombianos cuyos padres gestionan o son propietarios de una empresa familiar propia tienen pocas intenciones de convertirse en los sucesores de éstos.



**Figura 52.** *Grado de intención de ser sucesor, Universidad de la Costa, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Resumen

Se destaca que los estudiantes de la Universidad de la Costa tienen pocas intenciones de convertirse en los sucesores de sus padres como los gestores o personas encargadas de manejar el negocio familiar, simplemente los estudiantes no se ven trabajando en el negocio de la familia siendo el relevo generacional de sus progenitores. Por otro lado, a diferencia de lo exhibido en el acápite de emprendedores activos, la mayoría de negocios gestionados o en propiedad de la familia de los estudiantes de la Universidad de la Costa son empresas consolidadas en el mercado donde operan, toda vez que fueron fundadas hace más de cinco (5) años.

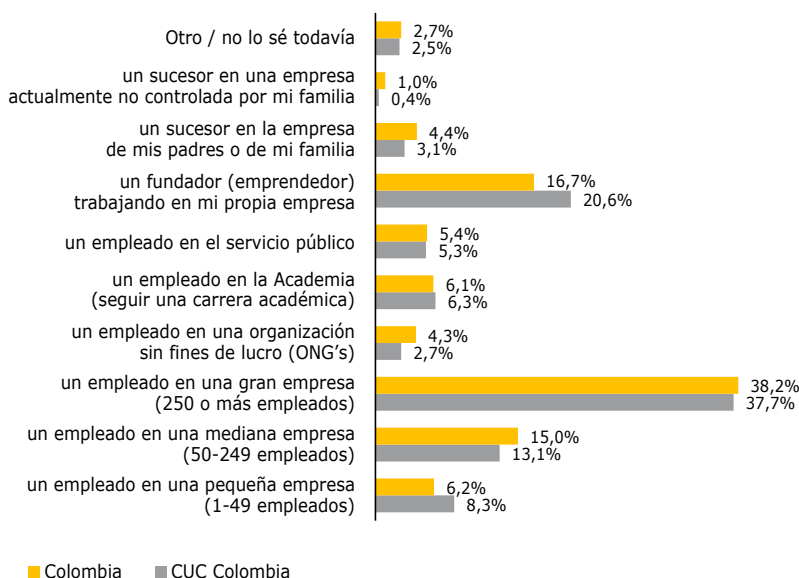
### **Comparación General Resultados CUC Colombia *versus* Resto de Colombia**

Teniendo en cuenta que dentro del total de encuestados en el marco del proyecto GUESSS Colombia la Universidad de la Costa participó con el 29% de cuestionarios diligenciados, se planteó el desarrollo de un capítulo donde se comparen los resultados evidenciados para la Universidad de la Costa con los resultados observados para Colombia sin tener en cuenta a la CUC, esto para identificar si existen posibles sesgos en la información. En la siguiente sección se presentarán las variables que se consideran claves en el proyecto GUESSS realizando el paralelo entre la información identificada para la Universidad de la Costa y los datos nacionales de las demás universidades participantes (sin incluir a la CUC).

#### **Intenciones de carrera**

Al analizar las intenciones de carrera al momento del grado de los estudiantes de la Universidad de la Costa y de los estudiantes de las demás universidades colombianas participantes el proyecto GUESSS, se exhibe que para ambos casos el porcentaje de estudiantes que se inclinan por una u otra opción de carrera son semejantes, por ejemplo: los estudiantes de la Universidad

de la Costa, en su mayoría, aspiran a convertirse en empleados de una gran empresa una vez reciban su grado; representando así al 37.7 % de los encuestados; a nivel nacional se observa un porcentaje similar, 38.1%.

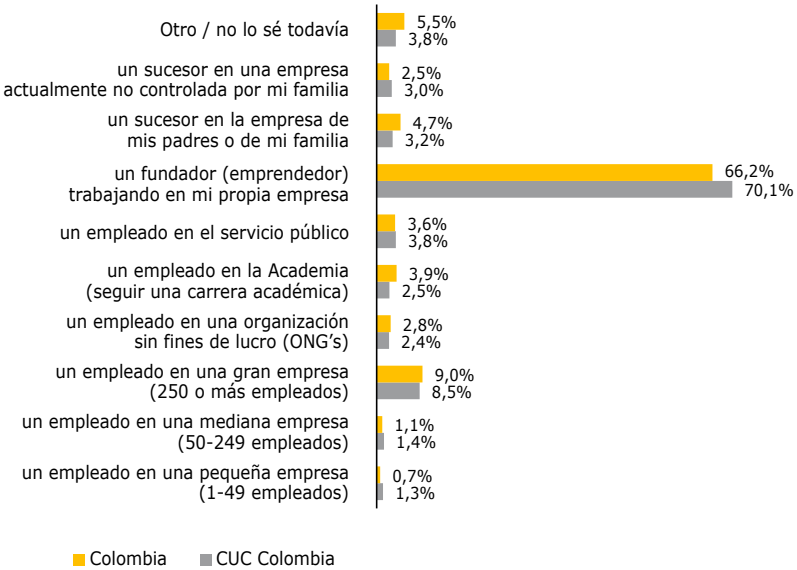


**Figura 53.** *Intención de carrera después del grado como profesional, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016*  
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

En relación con las intenciones de carrera cinco años después del grado, se observa cómo cambian las preferencias en torno a las opciones de carrera en comparación con lo que los estudiantes pensaban al momento de su grado. Se observa que, tanto a nivel nacional como para la Universidad de la Costa, la mayoría de estudiantes desean convertirse en emprendedores (66 % y 70 %, respectivamente) y sólo unos pocos prefieren desarrollar sus carrera profesionales como em-



pleados. Cabe resaltar que no se muestran diferencias significativas entre los porcentajes de las poblaciones analizadas.

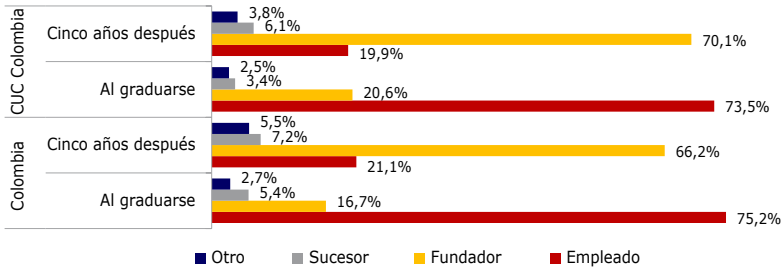


**Figura 54.** *Intención de carrera cinco años después del grado como profesional, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

La figura 55 resume las intenciones de carrera de los estudiantes de la Universidad de la Costa y de los estudiantes del resto de universidades participantes en el proyecto, en esencia se observa como un alto porcentaje de dichos estudiantes tiene la intención de entrar al mercado laboral como empleados una vez obtenido su grado; propósito que cambian con el pasar de los años, ya que pasados cinco años del grado la cantidad que desea ser empleado disminuye considerablemente y

aumenta el porcentaje que se proyecta como emprendedor. Tanto a nivel nacional como para la Universidad de la Costa se reflejan porcentajes semejantes.

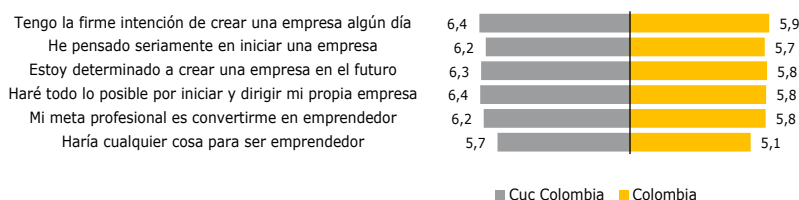


**Figura 55.** *Intención de carrera por momento de grado, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Índice de intención de emprendimiento

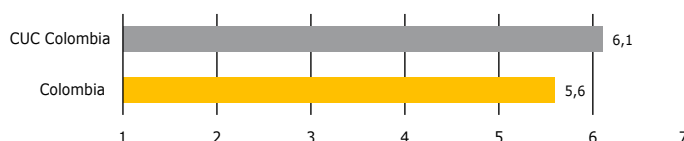
Los atributos evaluados para calcular el índice de intención en emprendimiento revelan que los estudiantes de la Universidad de la Costa calificaron la mayoría de éstos con una puntuación superior a 6. Mientras que los estudiantes del resto de universidades nacionales otorgaron calificaciones en el rango de cinco a seis para todos los atributos. Para ambos casos se podría afirmar que el atributo mejor valorado fue “tengo la firme intención de crear una empresa algún día” y el de menor calificación fue “haría cualquier cosa para ser emprendedor”. Las puntuaciones presentadas para el resto de universidades colombianas guardan correspondencia con lo exhibido en el capítulo dos de este documento y no son disimiles con las observadas en la Universidad de la Costa.



**Figura 56.** Atributos de índice de intención de emprendimiento, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Por su parte, al observar el índice de intención de emprendimiento se advierte que para la Universidad de la Costa éste se sitúa en 6.1 dentro de una escala de 1 a 7 y es superior al exhibido a nivel nacional (5.6). Cabe recordar que este índice busca determinar la pretensión que tienen los estudiantes por iniciar su propia empresa en el futuro.



**Figura 57.** Índice de intención de emprendimiento, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016

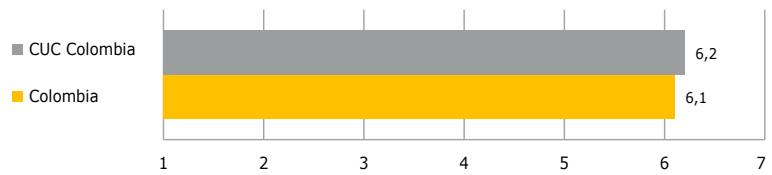
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Contexto para el emprendimiento

Considerando la importancia que tiene el entorno social, universitario y familiar en el cual está inmerso el estudiante al momento de tomar la decisión de convertirse en emprendedor, el proyecto GUESSS busca identificar la percepción que tienen los estudian-

tes participantes en relación con cada uno de estos y cómo influyen sobre sus decisiones de creación de empresa.

En este sentido, para evaluar la percepción del contexto social para el emprendimiento se le preguntó a los estudiantes de la Universidad de la Costa sobre las reacciones que tendría o esperarían de su entorno social al momento en que ellos decidieran contarles sobre sus planes de crear empresa, encontrándose así que, éstos perciben que este contexto es favorable e impacta positivamente en sus decisiones de crear empresa toda vez que obtuvo una calificación de 6.2, en una escala de 1 a 7. A nivel nacional se presentó una situación análoga, la evaluación del contexto social para el emprendimiento se situó en 6.1

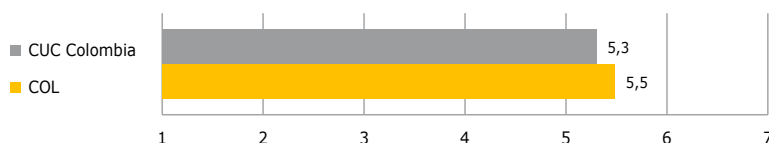


**Figura 58.** Evaluación contexto social para el emprendimiento, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Por otro lado, al evaluar el contexto universitario para el emprendimiento, los estudiantes de la Universidad de la Costa otorgaron un calificación de 5.3 en un escala de 1 a 7, a dicha institución, por lo que se podría afirmar que la universidad cuenta con un entorno adecuado y que facilita las actividades de creación de empresas de sus estudiantes, sin embargo éste puede ser mejor. A nivel nacional, los estudiantes de

las demás universidades que participaron el proyecto calificaron con una puntuación de 5.5 su contexto universitario, cifra superior a la registrada en la CUC.

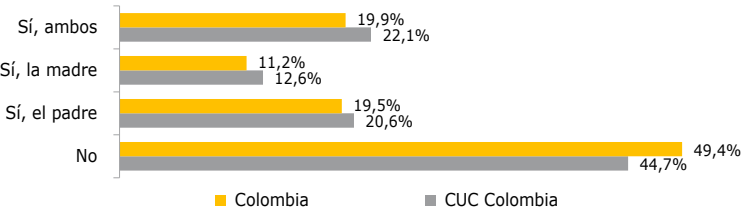


**Figura 59.** *Calificación entorno universitario para el emprendimiento, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

Finalmente, el contexto familiar para el emprendimiento en la Universidad de la Costa nos muestra que el 55.3% de los estudiantes aseveraron que sus padres se encontraban trabajando en su propia, a nivel nacional ese porcentaje agrupó al 50.6 de la muestra. Puntualmente, el 22.1 % de los estudiantes de la CUC indicaron que ambos padres trabajaban en su propia empresa, mientras que el 20.6% aseveró que sólo el padre era emprendedor y el 12.6 % mencionó que su madre era quien estaba a cargo del negocio familiar, mientras que a nivel nacional dichos escenarios registraron porcentajes del 19.9, 19.5 y 11.2, respectivamente. Lo anterior muestra que tanto en el caso de los estudiantes de la Universidad de la Costa como para los estudiantes de las demás universidades, un poco más de la mitad de éstos cuenta con antecedentes familiares empresariales que pueden ser tomados como modelos a seguir al momento de emprender sus actividades de creación de empresas (ver figura 60).

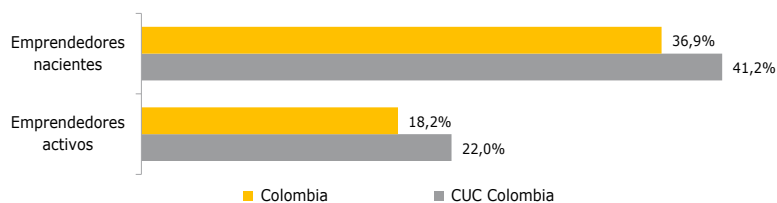
Cabe resaltar que en el presente numeral no se muestran diferencias significativas entre los porcentajes evidenciados a partir de los resultados de la Universidad de la Costa y las demás universidades a nivel nacional, esto en las variables observadas



**Figura 60.** *Porcentaje de padres trabajando en empresa propia, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016*  
Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Actividad empresarial

Al estudiar la actividad empresarial de los estudiantes participantes en el proyecto GUESSS se observa que en la Universidad de la Costa el 41% de los estudiantes encuestados afirmaron que al momento del diligenciamiento del cuestionario estaban realizando las actividades pertinentes para dar inicio a un negocio propio (emprendedor naciente), mientras que el 22 % aseveró que se encontraba dirigiendo su propia empresa (emprendedor activo). A nivel nacional, se perciben cifras similares a las descritas anteriormente, donde el 36.9% de los estudiantes se categorizaron como emprendedores nacientes y el 18.2% lo hizo como emprendedor activo.



**Figura 61.** *Porcentaje de emprendedores nacientes y activos, CUC Colombia vs resto de Colombia, GUESSS 2016*

Fuente: datos proyecto GUESSS 2016, Universidad de la Costa (CUC)

## Consideraciones finales

A partir de los resultados del estudio GUESSS desarrollado en la Universidad de la Costa se evidencian dos aspectos para subrayar, el primero muestra que los estudiantes de la Universidad de la Costa tienen una alta intención de convertirse en emprendedores, esto se observa a partir del índice de intención en emprendimiento el cual se situó en 6.1 en una escala de 1 a 7, superando así el valor exhibido a nivel nacional (5.7) e internacional (4.1). El segundo aspecto hace referencia al poco interés que tienen estos mismos estudiantes por convertirse en los sucesores de sus padres en el negocio familiar. Este hecho puede explicarse desde el punto de vista aspiracional, los estudiantes de la Universidad de la Costa no se ven trabajando en el negocio de la familiar como el relevo generacional de sus padres, ellos tienen el deseo de labrar su propio camino y acometer por sí solos las actividades respectivas para crear su empresa.

Cabe resaltar que si bien los estudiantes de la Universidad de la Costa tienen una alta intención de convertirse en emprendedores, la mayoría de ellos tienen interés en adquirir conocimientos y experiencia laboral como empleados de una empresa antes de llevar a cabo decididamente las diligencias para establecer su propia empresa. Este hecho se puede relacionar con la calidad de la educación en emprendimiento que están recibiendo los estudiantes, los resultados del estudio nos permiten observar claramente que el porcentaje de encuestados que ha asistido a cursos obligatorios u optativos en emprendimiento no supera al 40 % de la



muestra, por lo que tal vez estos emprendedores potenciales no están recibiendo la educación formal que les permita convertirse en emprendedores soslayando la etapa de empleados y que lo hagan con los fundamentos necesarios para que su negocio perdure en el tiempo. Esto puede significar una oportunidad de mejora para los hacedores de política pública y las instituciones educativas para el ajustar el sistema de educación y que de esta forma los estudiantes reciban la formación que les permita mejorar sus aptitudes de gestión, percibir oportunidades de negocio, creación de nuevos productos o el miedo al fracaso, en otros.

En este sentido, también resulta necesario que los ajustes o mejoras que se susciten a nivel educativo en temas de emprendimiento creen conciencia en los profesionales de todas las disciplinas del saber acerca de las posibles oportunidades de negocio que se puede presentar al interior de éstas, toda vez que en la Universidad de la Costa las áreas de ingeniería, arquitectura, economía, administración, derecho y ciencias sociales agrupan al 88 % de los encuestados, dejando así de lado áreas como las ciencias de la salud y ciencias del arte, entre otras. Del mismo modo, se podría trabajar para mantener y mejorar la percepción de competencias para el emprendimiento, especialmente en el marco de actividades que permitan a los estudiantes generar nuevas ideas o innovaciones para sus emprendimiento.

Por otro lado, resulta preocupante el índice tan bajo de intención de emprendimiento observado a nivel internacional. En esencia se refleja la poca disposición de los estudiantes de otros países por convertirse en

emprendedores, se podría afirmar que no están vislumbrando al emprendimiento como una opción de carrera laboral, que no tiene los incentivos necesarios para acometer estas actividades, que no vislumbran o perciben las nuevas oportunidades de negocio o simplemente puede ser un tema cultural (social). En este sentido, se pueden plantear diversas inquietudes, la principal va encaminada al porqué de esta situación y contraposición con lo observado a nivel nacional resultaría interesante realizar estudios posteriores donde se analice esta situación, donde se pueda identificar por qué razones los estudiantes colombianos tienen una alta intención de emprendimiento y los estudiantes internacionales no.

En relación con la actividad empresarial, cabe destacar el alto porcentaje (41%) de estudiantes que aseveraron estar realizando las actividades necesarias para crear su propia empresa, no obstante llama la atención que si bien están acometiendo estas actividades la mayoría de estudiantes no tiene pensado dar inicio a la operación de sus propias empresas en el corto plazo. También se puede destacar que para los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa, los sectores económicos predilectos para entrar en operaciones son: arquitectura e ingeniería, comercio (al por mayor y al detal) y publicidad, mercadeo y diseño. Mientras que sectores económicos que revisten gran importancia para el crecimiento económico del país de acuerdo con las cifras presentadas para el tercer trimestre de 2016 por parte del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas DANE, son tenidos en cuenta muy poco por los emprendedores nacientes de la Universidad de la Costa, por ejemplo: sectores como la construcción o el financiero.

En cuanto a los emprendedores activos de la Universidad de la Costa, se evidencia que la mayoría de estos aún se encuentran en etapas incipientes del proceso de creación empresas, por lo que son empresas creadas recientemente (en el año 2016), que generan pocos empleos y aún están buscando establecerse en el mercado. Esta situación puede darle luces a la Universidad de la Costa y los hacedores de política pública departamental para que afinen sus procesos de asesoría y acompañamiento a los emprendedores, sería interesante realizar un seguimiento que permita establecer cuáles de estos emprendedores perduraron en el tiempo, identificar la calidad del servicio prestan o producto que venden y determinar su aporte en la economía, entre otros aspectos.

## Referencias

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.
- Ajzen, A. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 32(4), 665-683.
- Alvarez, C., Martins, I., & Lopez, T. (2016). El espíritu emprendedor de los estudiantes en Colombia. Resultados del GUESSS 2016. Medellín: Universidad EAFIT.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. *British journal of social psychology*, 40(4), 471-499.
- Autio, E., H. Keeley, R., Klofsten, M., GC Parker, G., & Hay, M. (2001). Entrepreneurial intent among students in Scandinavia and in the USA. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 2(2), 145-160.
- Bagozzi, R. P., Baumgartner, J., & Yi, Y. (1989). An investigation into the role of intentions as mediators of the attitude-behavior relationship. *Journal of Economic psychology*, 10(1), 35-62.

Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE. Cuentas nacionales. <http://www.dane.gov.co/>

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.

Iglesias-Sánchez, P. P., Jambrino-Maldonado, C., Velasco, A. P., & Kokash, H. (2016). Impact of entrepreneurship programmes on university students. *Education+ Training*, 58(2), 209-228.

Kautonen, T., Gelderen, M. y Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 655-674.

Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of business venturing*, 15(5), 411-432.

Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2016). Student Entrepreneurship 2016: Insights From 50 Countries. St. Gallen/Bern: KMU-HSG/IMU. *International GUESSS Report*, 2, 3.

Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2014). *Student entrepreneurship across the globe: A look at intentions and activities*. St. Gallen: Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship at the University of St. Gallen (KMU-HSG).

Sieger, P., Fueglistaller, U., & Zellweger, T. (2011). Entrepreneurial intentions and activities of students across the world: International report of guesss 2011.

## **JORGE ISAAC MORENO GÓMEZ**

Consultor y representante comercial de L&M en Barranquilla. Es Vicerrector de Extensión en la Corporación Universidad de la Costa, CUC, e investigador en las áreas de empresa familiar, gobierno corporativo y emprendimiento. Ha desarrollado teorías académicas sobre la dirección estratégica, las empresas familiares, sus estructuras de gobierno, su desarrollo e impacto en el desempeño. Su trabajo de investigación fue premiado en Chile en 2013 por FERC – Family Enterprise Research Conference, con la prestigiosa Beca de Investigación del Family Owned Bussines Institute (FOBI) de Grand Valley State University.

Su artículo de investigación Corporate governance practices in the family and ownership dimensions its impact on performance and socioemotional wealth fue premiado como el mejor artículo presentado en 4th International Conference on Business, Management, Economic, Finance and Social Sciences en New Delhi en 2016.

Es Ingeniero Civil de la CUC, con especialización en gestión de construcción de proyectos de la Universidad de Cartagena y Máster en Administración de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (Colombia), se tituló como Master in Science y Ph.D. en Creación y Gestión de Empresas con la Universidad Autónoma de Barcelona, UAB, en España.

## **ALFREDO HUGUETH ALBA**

Ingeniero Industrial. MBA & Entrepreneurship and Family Business, EAE Business School. Magister en organización empresarial, Universidad Politécnica de Cataluña. Emprendedor con tres empresas creadas. Consultor Empresarial con experiencia contrastada en emprendimiento, Modelos de negocio y Marketing digital involucrado en más de 150 proyectos de empresa en Colombia, Guatemala y Argentina. Profesor universitario con experiencia de 10 años en el ejercicio docente. Investigador junior Colciencias.

## **KAREN PEÑA SEGURA**

Profesional y magister en ingeniera industrial con énfasis en gestión empresarial de la Universidad del Norte. Coach de vida y coach ejecutivo certificado por UNILID (Universidad Iberoamericana de Liderazgo de Miami-Florida). Certificado en la metodología The Business Model Canvas por Strategyzer-Alexander Osterwalder, y como mentor de emprendimiento TIC en la metodología Lean Launch Pad por el MinTIC y Customer Developer por Bob Dorf.

Integrada al ecosistema regional de emprendimiento desde hace más de 5 años, co-diseñando y fortaleciendo el desarrollo de proyectos de emprendimiento con potencial de innovación y responsabilidad social, este último con experiencia laboral en la Universidad de Belas Artes en Sao Paulo-Brasil.

## **ANGEL MEJIA NEIRA**

Ingeniero Electrónico, candidato a Magister en Ingeniería de Sistemas y Computación, docente del programa de Ingeniería de Electrónica de la Universidad de la Costa. Actualmente se desempeña como integrante del equipo de la Unidad de Emprendimiento de la Universidad de la Costa, con experiencia en el modelamiento de negocios y diseño, ideación y prototipado de servicios y productos que integren componentes tecnológicos.